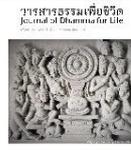




วารสารธรรมเพื่อชีวิต

JOURNAL OF DHAMMA FOR LIFE

ISSN: 2822-048X

<https://soo8.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

Original Research Article

Investigative Information Management, Learning Organization and Influencer Marketing of Members of the Bor-sae Investigative Organization

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ และการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแส

Sekonna Prasert^{1*}, Pinavet Kongyoungyune²,
Thanaorn Fakfuangbun³, Kornkamol Jungtanasombut⁴,
Anun Chan-uam⁵

เสกสรรณ ประเสริฐ^{1*}, พิณะเวช คงยังยืน², ธนอร ฟักเฟื่องบุญ³, กรกมล จังธนสมบัติ⁴,
อนันท์ จันทร์อ่วม⁵

ARTICLE INFO

Name of Author & Corresponding Author: *

1. Sekonna Prasert^{1*}

เสกสรรณ ประเสริฐ^{1*}
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
Faculty of Liberal Arts Krirk
University,Thailand.
Email: seksonborsae@gmail.com

2. Pinavet Kongyoungyune²

พิณะเวช คงยังยืน²
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
Faculty of Liberal Arts Krirk
University,Thailand.
Email: pinavett@gmail.com

3. Thanaorn Fakfuangbun³

ธนอร ฟักเฟื่องบุญ³
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
Faculty of Liberal Arts Krirk
University,Thailand.
Email: aompussadee@gmail.com

4. Kornkamol Jungtanasombut⁴

กรกมล จังธนสมบัติ⁴
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
Faculty of Liberal Arts Krirk
University,Thailand.
Email: amzkkm@gmail.com

ABSTRACT

The purposes of this study were to: study the relationship between investigative information management, learning organization, and influencer marketing of members of the investigation organization. The population consisted of 2,450 members of the investigation organization who had been trained and implemented the mission of the investigation organization. The sample group was obtained from Crazy and Morgan's table with a .05 error of 335 people. The research instrument used to collect data was a questionnaire with a reliability value of 0.974. This study was quantitative survey research. The results of the research found that the pairwise relationship between investigative information management, learning organization, and influencer marketing of members of the investigation organization had a statistically significant positive relationship in every pair. The learning organization had a relationship with

5. Anun Chan-uam⁵อนันท์ จันทร์อ่วม⁵

สอบสวน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
Faculty of Liberal Arts Krirk
University,Thailand.
Email: amzkkm@gmail.com

คำสำคัญ:

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน, องค์การแห่ง
การเรียนรู้, การตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์, สมาชิก
องค์กรสืบสวนเบาะแส

Keywords:

investigative information management;
learning organization, influencer marketing;
members of the Bor-sae investigation
organization

Article history:

Received: 13/11/2024

Revised: 10/12/2024

Accepted: 22/01/2025

Available online: 19/03/2025

How to Cite:

Prasert et al. (2025). Investigative
Information Management, Learning
Organization and Influencer Marketing of
Members of the Bor-sae Investigative
Organization. *Journal Dhamma for Life*,
31(1), 384-398.

influencer marketing of 0.784 ($p < 0.01$). Therefore, it is important to drive and enhance the organization's ability to respond to and utilize the influence of influencers in creating a strong learning organization. Effective data management is an important strategy for developing and maintaining the organization's competitiveness.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ และการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแส ประชากรคือสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแสที่ผ่านการอบรมและดำเนินการตามภารกิจขององค์กรเบาะแสจำนวน 2,450 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากตารางของเครชีและมอร์แกนที่ความคลาดเคลื่อน .05 จำนวน 335 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.974 โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ และการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแส มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกคู่ โดยองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ 0.784 ($p < 0.01$) จึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนและเสริมสร้างความสามารถขององค์กรในการตอบสนองและใช้ประโยชน์จากอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ ในการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ที่เข้มแข็งและการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาและรักษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

บทนำ

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบันการตลาดแบบการสร้างอิทธิพลทางสังคมโดยใช้แนวคิดที่เน้นการใช้บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่ออื่น ๆ ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิดนี้ได้รับความสนใจจากการที่บุคคลที่มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ที่เรียกว่า “อินฟลูเอนเซอร์” จะเป็นบุคคลที่สามารถสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ โดยอินฟลูเอนเซอร์มักเป็นผู้ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Instagram, YouTube, Facebook, หรือ Twitter โดยที่ผู้ติดตามเหล่านี้

มักจะเป็นกลุ่มคนที่สนใจในเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนออยู่แล้ว อินฟลูเอนเซอร์มักจะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเป็นธรรมชาติกับผู้ติดตาม ส่วนผู้ติดตามจะรู้สึกว่าจะสามารถไว้วางใจในความเห็นและคำแนะนำของอินฟลูเอนเซอร์ได้ เพราะความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองฝ่ายมักเกิดขึ้นจากการที่ อินฟลูเอนเซอร์สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาและมีความสม่ำเสมอในการให้ข้อมูล สิ่งนี้ทำให้ประชาชนที่เป็นผู้ติดตามมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข้อมูลหรือผลิตภัณฑ์ที่อินฟลูเอนเซอร์แนะนำมากกว่าข้อมูลจากโฆษณาทั่วไป การตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ยังสร้างโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างและส่งเสริมเนื้อหาผ่านทางความคิดเห็น การแชร์ หรือการผลิตเนื้อหาของตนเอง เช่น การทำรีวิว การแสดงความคิดเห็นในโพสต์ของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งทำให้การตลาดแบบนี้มีความเป็นสองทาง (Two-Way Communication) มากกว่าการตลาดแบบดั้งเดิม

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมการรับรู้ การเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ การสืบสวน และการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้บุคคลในองค์กรเข้าใจเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องในองค์กรหรือสถานการณ์ โดยมีขั้นตอนหลักที่เกี่ยวข้องในการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน คือ การรับรู้และเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น เว็บไซต์ข่าว สื่อสังคมออนไลน์ รายงานองค์กร หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เมื่อรวบรวมเสร็จแล้วจะต้องมีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ เรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสามารถใช้ข้อมูลในภายหลังในกระบวนการสืบสวน โดยต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารเพื่อเปรียบเทียบ ติความและสกัดเอาข้อมูลที่สำคัญมาเป็นการหลักในการสืบสวนข่าวสารเชิงสืบสวนคือการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม การติดตามแนวโน้ม การหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล และการสรุปข้อมูลเพื่อเข้าใจถึงสาเหตุหรือข้อสังเกตในข้อมูล นำมาสู่การสร้างรายงานและสื่อสาร หลังจากสืบสวนเสร็จสิ้น ข้อมูลที่สำคัญจะถูกนำมาสรุปในรูปแบบรายงาน เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรือผู้บริหารสามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างชัดเจน เพื่อทำการระบุแนวโน้มการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน ทั้งข้อมูลที่เป็นการระบุแนวโน้มปัจจุบันและข้อมูลที่เป็นการพยากรณ์เรื่องแนวโน้มในอนาคต ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้การตัดสินใจและการวางแผนในองค์กร สิ่งสำคัญของข้อมูลที่ได้มาคือการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติตามกฎหมายด้านข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลที่สำคัญควรรักษาความปลอดภัยและป้องกันการรั่วไหลข้อมูลที่อาจทำให้เสี่ยงต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย เช่น ข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลลับ ข้อมูลที่สำคัญต้องมีการปรับปรุงและการเรียนรู้ กระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนควรเป็นกระบวนการต่อเนื่อง โดยการปรับปรุงขั้นตอนและการเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญเพื่อพัฒนาทักษะและกระบวนการอย่างต่อเนื่อง การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนเป็นสิ่งสำคัญในองค์กรและสาขาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสาร เช่น สื่อมวลชน การตรวจสอบข่าว หรือสำนักข่าว ซึ่งช่วยในการตัดสินใจและการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรแห่งการเรียนรู้มีความหมายอย่างเป็นองค์รวมว่า “เป็นองค์กรที่ใช้คนในการสร้างความเป็นเลิศให้แก่องค์กร ขณะเดียวกันก็ใช้องค์กรในการสร้างความเป็นเลิศให้แก่คน” โดยการใช้การเรียนรู้เป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ ที่มีลักษณะต่อเนื่องบูรณาการเข้ากับการทำงานและมีการกระจายอำนาจให้แก่คนในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม รวมทั้งมีการเชื่อมโยงการพึ่งพาทั้งในระดับบุคคล องค์กร และชุมชน เป็นองค์กรที่ซึ่งเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างเต็มสมรรถนะ ส่งเสริมการเรียนรู้ และปรับเปลี่ยนองค์กรอย่างต่อเนื่อง ด้วยการแก้ไข การจัดการและใช้ความรู้เพื่อความสำเร็จขององค์กร เพื่อให้เกิดผลดีทั้งด้านการเรียนรู้และการเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งในทศวรรษนี้เราจะพบว่า องค์กรที่ต้องการจะพัฒนาตนเองให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ต่างก็ให้ความสำคัญและความสนใจในการจัดตั้งและส่งเสริมการดำเนินงานของศูนย์การ

เรียนรู้ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก เพราะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในองค์กรอย่างได้ผลดีที่สุด และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด จากแนวความคิดของ Marsick & Watkins (2003)

องค์กรสืบสวนเบาะแส คือองค์กรที่ตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 เพื่อปกป้องความเป็นธรรมให้แก่ประชาชนในสังคมที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งใช้สมาชิกทั่วประเทศมากกว่า 50,000 คน เพื่อใช้สิทธิดำเนินการทางรัฐธรรมนูญ ในการใช้อำนาจถอดถอนข้าราชการระดับสูงและนักการเมืองที่มีตำแหน่ง กระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับการคอร์รัปชันและต่อมาได้จัดตั้งเป็นมูลนิธิเบาะแส เมื่อปี พ.ศ.2551 เพื่อช่วยเหลือ เด็ก สตรี คนชรา รวมทั้งผู้ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในสังคม พร้อมทั้งดำเนินการปราบปรามคอร์รัปชัน ทุกรูปแบบ โดยมีการจัดการองค์กรแบบมีโครงสร้างตั้งแต่การจัดการให้มีศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนและช่วยเหลือจากประชาชนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมในสังคม เนื่องด้วยบุคลากรที่ทำงานในองค์กรสืบสวนเบาะแสทั้งหมด เป็นบุคลากรที่ทำงานด้วย “จิตอาสา” โดยไม่มีค่าตอบแทนเป็นการทำงานเพื่อช่วยเหลือสังคม การจัดการความรู้สู่บุคลากรให้มีทักษะการเรียนรู้อย่างเป็นระบบจะนำพาให้ “องค์กรสืบสวนเบาะแส” ก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในการทำภารกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม

ทีมผู้วิจัยได้ทำงานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนกับองค์การแห่งการเรียนรู้ขององค์กรสืบสวนเบาะแส” เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ.2566 พบว่าการจัดการข้อมูลข่าวสาร เชิงสืบสวนกับองค์การแห่งการเรียนรู้ขององค์กรสืบสวนเบาะแส มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก ($r = 0.697$, $p < 0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทีมผู้วิจัยจึงนำงานวิจัยดังกล่าวมาต่อยอดการวิจัยกับตัวแปรการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแสซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับการวิจัยครั้งก่อน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์กับการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ ในกลุ่มตัวอย่างเดียวกันกับที่ได้เคยทำการวิจัยมาแล้วเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 โดยมีประชากรขององค์กรสืบสวนเบาะแสเพิ่มขึ้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างมากขึ้น การศึกษานี้จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการข้อมูลและการเรียนรู้ในองค์กร เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้จริงในบริบทของการตลาดยุคใหม่ในการเพิ่มจำนวนสมาชิกในองค์กรเบาะแสได้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน ระดับองค์การแห่งการเรียนรู้ และระดับการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแส
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ของการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ และการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแส

สมมติฐานในการวิจัย

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ ของสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทบทวนวรรณกรรม

จากแนวคิดของ Brown, D., & Hayes, N. (2008) พบว่าอินฟลูเอนเซอร์คือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะ นักเขียนบล็อก คนดังในสื่อสังคมออนไลน์ หรือผู้ที่มี

ความน่าเชื่อถือในกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ อินฟลูเอนเซอร์สามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011) ได้ศึกษาการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับบุคลิกภาพของอินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยเน้นการวิเคราะห์ว่าคุณลักษณะบุคลิกภาพใดที่ทำให้บุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ Bakshy, E., Hofman, J. M., Mason, W. A., & Watts, D. J. (2011) วิเคราะห์อิทธิพลของผู้ใช้บนแพลตฟอร์ม Twitter โดยใช้ข้อมูลจากกิจกรรมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การรีทวีตและการตอบกลับ เพื่อหาว่าบุคคลใดมีอิทธิพลมากที่สุดบนแพลตฟอร์ม ผลการวิจัยพบว่าในบางกรณี "ทุกคน" สามารถเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ เนื่องจากอิทธิพลไม่ได้ถูกกระจายอย่างสม่ำเสมอ แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ส่วน Cialdini, R. B. (2001) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลทางสังคมและการโน้มน้าวใจ โดยอธิบายถึงกลไกทางจิตวิทยาที่ผู้คนใช้ในการโน้มน้าวและได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น โดย Cialdini ได้ระบุและวิเคราะห์หลักการสำคัญ 6 ประการที่ใช้ในกระบวนการโน้มน้าวใจ ซึ่งแต่ละหลักการถูกนำเสนอผ่านการวิจัยและตัวอย่างจากชีวิตจริง ได้แก่ หลักการความตอบแทน (Reciprocity) เป็นแนวคิดที่ว่าผู้คนที่รู้สึกผูกพันที่จะตอบแทนจากการได้รับบางสิ่งบางอย่างจากผู้อื่น หลักการนี้เป็นกลไกพื้นฐานทางสังคมที่ช่วยในการสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์ทางสังคม หลักการความสอดคล้อง (Commitment and Consistency) เป็นความพยายามรักษาความสอดคล้องระหว่างความเชื่อ การกระทำ และคำพูดของตนเอง ถ้าทำการตัดสินใจหรือแสดงออกถึงความเชื่อในทางหนึ่ง ทำให้เกิดความพยายามที่จะดำเนินการให้สอดคล้องกับการตัดสินใจหรือความเชื่อนั้น ๆ ในอนาคต หลักการความเห็นพ้องของสังคม (Social Proof) จะเป็นการมองหาคำแนะนำจากคนอื่น ๆ ว่าควรทำอย่างไร โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ไม่แน่ใจ การเห็นว่าคนอื่น ๆ ทำหรือเชื่ออะไรจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลนั้น ๆ หลักการอำนาจและความน่าเชื่อถือ (Authority) เป็นการที่จะเชื่อฟังหรือทำตามคำแนะนำจากบุคคลที่มีอำนาจหรือมีความน่าเชื่อถือ เช่น ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ หรือผู้นำทางสังคม หลักการนี้เชื่อมโยงกับทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล (Source Credibility Theory) หลักการความชอบ (Liking) เป็นการโน้มน้าวใจจากบุคคลที่พวกเขาชอบ ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่มีลักษณะที่เป็นมิตร มีเสน่ห์ หรือมีความคล้ายคลึงกันกับตนเอง หลักการนี้เชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ทางสังคมและการสร้างความผูกพันและหลักการความขาดแคลน (Scarcity) เป็นแนวคิดจากการให้คุณค่าและอยากได้สิ่งที่คุณรู้สึกว่ามีความจำกัดหรือหายาก หลักการนี้มักถูกใช้ในการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้ออย่างเร่งด่วน เช่น การทำโปรโมชั่น "จำนวนจำกัด" หรือ "สินค้าหมดเร็ว ๆ นี้" มักจะกระตุ้นให้ผู้บริโภครีบตัดสินใจซื้อสินค้านั้นก่อนที่จะหมดโอกาส หนังสือ "Influence: Science and Practice" ของ Cialdini ได้อธิบายเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับวิธีที่ผู้คนถูกโน้มน้าวใจเท่านั้น แต่ยังเน้นการประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้ในหลายบริบท เช่น การตลาด การเจรจาต่อรอง และการสร้างความสัมพันธ์เชิงธุรกิจ นอกจากนี้ Cialdini ยังได้อธิบายถึงผลกระทบของการใช้หลักการเหล่านี้ในทางที่ถูกต้องและผิดพลาด ซึ่งช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจถึงการใช้หลักการโน้มน้าวใจอย่างมีจริยธรรม

จากการศึกษาของ เสกสรรณ ประเสริฐ (2562) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากระบวนการหาข่าวเชิงสืบสวนเริ่มจากตั้งประเด็นข่าวการหาข้อมูลและแหล่งข่าว การประเมินความเป็นไปได้ของข่าว การเตรียมการและการวางแผน การแสวงหาข้อมูลข่าว การประเมินสถานการณ์ และการรายงานข่าวเชิงสืบสวน โดยนำเสนอใน Platform ต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อข่าวและผู้รับสารชัดเจนมากขึ้นในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารส่วนปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดในกระบวนการทำข่าวเชิงสืบสวนพบว่า นักข่าวที่ขาดความรู้รอบด้าน ขาดความชำนาญในการหาข้อมูล ขาดการช่วยเหลือด้านกฎหมายและความปลอดภัย รวมทั้งองค์กรข่าวไม่เปิดพื้นที่ให้นักข่าว ทำให้การทำข่าวเชิงสืบสวนไม่ประสบความสำเร็จในส่วนของ

การพัฒนากระบวนการทำข่าวเชิงสืบสวนพบว่า การประยุกต์ใช้กระบวนการรวบรวมข้อมูล (Crowd-sourcing) นักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) และวารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Database Journalism) ในงานข่าวเชิงสืบสวนสามารถช่วยจัดการฐานข้อมูลได้ครบถ้วน และยังช่วยให้ข้อมูลจากแหล่งข่าวถูกต้องชัดเจนมากขึ้น จากการศึกษาของ Feldstein, M. (2006) พบว่าการสื่อข่าวเชิงสืบสวนนั้น ทำให้เกิดผลสำเร็จยาก ส่วนเรื่องที่มีการนำมาเสนอข่าวในลักษณะข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องและกระทบกับผู้คนจำนวนมาก (ทัตชยันต์ วาหะรักษ์, 2554) ซึ่งในความเป็นจริงข่าวเชิงสืบสวนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนมีสิทธิในการตรวจสอบการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ ผ่านทางสื่อมวลชนที่ต้องมีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความรับผิดชอบ และมีจิตสำนึกในการพิทักษ์รักษาผลประโยชน์ของสังคม สามารถสรุปได้ว่าการหาข่าวเชิงสืบสวน สามารถนำมาใช้ในการเสาะหา รวบรวม สังเคราะห์และประเมินสารสนเทศที่องค์การมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ในการขับเคลื่อนองค์การให้ตามทันคู่แข่งในยุคปัจจุบัน

องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์การโดยเน้นให้มีลักษณะเป็นองค์การที่มีบรรยากาศที่เอื้อให้บุคลากร กลุ่ม/ทีมในองค์การ ได้พัฒนาการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ประสบการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์การ มีพลังร่วมในการทำงานและการแก้ไขปัญหาขององค์การ สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อการเรียนรู้และการทำงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ บุคลากรและองค์การจะมีศักยภาพในการเตรียมความพร้อมและปรับตัวให้เท่าทันต่อกระแสความเปลี่ยนแปลง รวมทั้งสามารถนำพาองค์การให้อยู่รอดและเจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป องค์การที่มีการเรียนรู้เป็นกระบวนการที่มี ลักษณะเคลื่อนไหว ยืดหยุ่น เป็นพลวัตที่ไม่หยุดนิ่งหรือพึงพอใจกับความสำเร็จที่มีอยู่ นอกจากนั้นสมาชิกขององค์การต้องมีการชวนขยายหาความรู้มาแบ่งปันเผยแพร่แก่กัน เพื่อพัฒนางานในหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด (รุ่งรติศ คงยั้งยืน; 2561) ส่วน Marsick & Watkins (2003) ให้คำนิยามองค์การแห่งการเรียนรู้ในเริ่มแรกกว่า เป็นองค์การที่ให้สมาชิกสร้างความเป็นเลิศให้แก่องค์การ ในขณะที่เดียวกันก็ใช้องค์การสร้างความเป็นเลิศให้แก่สมาชิกโดยใช้การเรียนรู้เป็นกระบวนการเชิงยุทธศาสตร์ที่ต่อเนื่อง และบูรณาการเข้ากับการปฏิบัติงาน โดยใช้สมาชิกเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือ และเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม ส่งเสริมการสนทนาอย่างเปิดเผยและมีการฟังพาทกันระหว่าง บุคคล องค์การและชุมชน สิ่งสำคัญที่สุดในขบวนการนี้คือ การได้รับความรู้ที่แท้จริงโดยผ่านขบวนการสังเคราะห์ข้อมูลในทุกด้านเพื่อให้ความรู้ที่เข้าสู่องค์การและเป็นความรู้ขององค์การในที่สุด ส่วนงานวิจัยของ Ekambaram et al (2018) กล่าวถึง ความหมายของคำว่า ความรู้ แบ่งออกเป็นสามมิติประกอบด้วยความรู้คือข้อมูลเปรียบเสมือนวัตถุดิบที่จะนำไปสู่คุณลักษณะวัตถุดิบประสงค์เชิงประจักษ์ของความรู้ นั่นก็คือระบบของการเรียนรู้ มิติที่สองความรู้คือการแปลความการสร้างความหมายการสะท้อนถึงความรู้สึกซึ่งเกี่ยวข้องกับคน การปฏิสัมพันธ์ การสื่อสาร และการให้ข้อมูลป้อนกลับ มิติที่สามความรู้คือการปฏิบัติซึ่งอยู่นอกเหนือพุทธิปัญญาและความรู้สึกซึ่งมิตินี้รวมถึงความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล (Tacit knowledge) เป็นการปฏิบัติของชุมชน การเล่าเรื่องราวสืบทอดกันมาที่ได้จากประสบการณ์ ในปัจจุบันยุคที่เทคโนโลยีมีความก้าวหน้าส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลจำนวนมากหรือที่เรียกกันว่า “Big Data” ซึ่งนักวิจัย ได้กำหนดคำจำกัดความด้วย 5Vs ประกอบไปด้วย Value คือข้อมูลที่มีคุณค่า Velocity คือการไหลเวียนของข้อมูลอย่างรวดเร็วและการได้มาซึ่งข้อมูลที่ทันสมัย Veracity คือความจริง Variety คือความหลากหลาย และแหล่งของข้อมูล Volume คือจำนวนของข้อมูลมหาศาล ความรู้ขององค์การเป็นการไหลเวียนของประสบการณ์ ค่านิยม บริบทของข้อมูลและความรู้ที่อยู่ในตัวของผู้เชี่ยวชาญ Cohen & Olsen, (2015) มีความเห็นว่า การบูรณาการความรู้จากทุนมนุษย์กับระบบสารสนเทศจะส่งผลต่อ

ความสามารถขององค์กรได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตามความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กรขึ้นอยู่กับบริบทของธุรกิจที่องค์กรดำเนินงาน เนื่องด้วยองค์กรในยุคปัจจุบันเป็นองค์กรระบบเปิดซึ่งต้องบูรณาการตามปัจจัยภายนอกอย่างเหมาะสมพร้อมกับการปรับให้เข้ากับบริบทภายในองค์กรตามมุมมองทฤษฎีตามสถานการณ์ (Contingency theory) ซึ่งจะเกิดต้นทุนต่อองค์กรอย่างมาก Ekambaram et al., (2018) ได้กล่าวถึงการไหลเวียนของข้อมูลจำนวนมากที่มาจากหลากหลายแหล่ง ข้อมูลมีความเป็นพลวัตเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ข้อมูลที่เป็นจริง จะมีคุณค่าต่อองค์กร ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าในการจัดการความรู้และคลังข้อมูลองค์กรต้องมีระบบเทคโนโลยี ที่ทันสมัยพร้อมกับทุนมนุษย์ที่เก่งในการเลือกใช้ข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณค่าและเป็นข้อมูลจริงมาใช้เพื่อนำไปสู่การวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ และการเผยแพร่ถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคลากรในองค์กรต่อไป แต่ถ้าองค์กรเลือกใช้และนำข้อมูลที่ผิดมากจะเกิดความเสียหายกับองค์กรทั้งระบบได้

ในการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ โดยใช้ทฤษฎี อิทธิพลทางสังคม และการโน้มน้าวใจ ของ Robert B. Cialdini (2001) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับกลไกทางจิตวิทยาที่ใช้ในการโน้มน้าวและได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น โดย Cialdini ได้ระบุและวิเคราะห์หลักการสำคัญ 6 ข้อ คือ 1) หลักการความตอบแทน (Reciprocity) 2) หลักการความสอดคล้อง (Commitment and Consistency) 3) หลักการความเห็นพ้องของสังคม (Social Proof) 4) หลักการอำนาจและความน่าเชื่อถือ (Authority) 5) หลักการความชอบ (Liking) 6) หลักการความขาดแคลน (Scarcity)

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนขององค์กร ผู้วิจัยใช้แนวคิด “รูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารขั้นสูงเพื่อใช้พัฒนาองค์ความรู้สู่ชุมชน” ของ เสกสรรณ ประเสริฐ (2562) ซึ่งเป็นแนวคิดในการสืบเสาะหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในหลากหลายแหล่งข้อมูลเพื่อได้ข้อมูลข่าวที่แท้จริงเชื่อถือได้ โดยการวิจัยครั้งนี้คำนึงถึงบริบทที่ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงเพื่อนำเข้ามาสู่สารสนเทศขององค์กร ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบคือ 1) กระบวนการรวบรวมข้อมูล (Crowd-sourcing) 2) การสร้างนักข่าวพลเมือง (Citizen Journalist) จากประชาชนผู้มีส่วนได้เสียในสังคม 3) การหลอมรวมสื่อ (Convergence) 4) การใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (Database Journalism)

แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้วิจัยใช้แนวคิด “Learning Organization” ของ Marsick & Watkins (2003) ประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบคือ 1) การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Create Continuous Learning Opportunities) 2) การส่งเสริมให้มีการพูดคุยสนทนา การซักถาม (Promote Inquiry and Dialogue) 3) การกระตุ้นให้มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคล และระหว่างทีม (Encourage Collaboration and Team Learning) 4) การกำหนดระบบที่จะทำให้คนมีความสนใจในการเรียนรู้ และแบ่งปันการเรียนรู้ร่วมกัน (Establish Systems to Share and Capture Learning) 5) การให้อำนาจหรือกระจายอำนาจในองค์กรโดยผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรร่วมกัน (Empower People Toward a Collective Vision) 6) การเชื่อมโยงองค์กรเข้ากับสภาพแวดล้อม และปรับตัวให้เหมาะสม (Connect the Organization to Its Environment) 7) การเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้ (Provide Strategic Leadership for Learning)

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นกลไกที่ช่วยให้บุคลากรในองค์กรสามารถพัฒนาทักษะการเรียนรู้และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อการสร้างและใช้ประโยชน์จากความรู้ภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนในองค์กรช่วยให้สามารถรวบรวมวิเคราะห์ และใช้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

การตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและการรับรู้ของสมาชิก การจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการสืบสวนช่วยให้องค์กรสามารถประเมินผลกระทบของการใช้กลยุทธ์นี้ได้อย่างแม่นยำ และปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด การวิจัยจะทำให้ทราบถึงวิธีการที่องค์กรสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการจัดการข้อมูลข่าวสาร และการเรียนรู้มาใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลจากอินฟลูเอนเซอร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการตัดสินใจในการสร้างสรรค์ การจัดการสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแสที่มีผลลัพธ์สูงสุดและการศึกษานี้จะช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการข้อมูลและการเรียนรู้ในองค์กร เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้จริงในบริบทของการตลาดยุคใหม่เพื่อเพิ่มสมาชิกใหม่ในองค์กรสืบสวนเบาะแส

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ประชากรคือสมาชิกองค์กรสืบสวนเบาะแสที่ผ่านการอบรมและดำเนินการตามภารกิจขององค์กรสืบสวนเบาะแส จำนวน 2,840 คน กลุ่มตัวอย่างได้จากตารางของเครซีและมอร์แกนที่ความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 353 คน แบบสอบถามที่จัดเก็บได้ เท่ากับ 360 ราย โดยใช้ Google form ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเวลา ระหว่างเดือนเมษายน 2567 ถึง มิถุนายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) จึงต้องแปลงแนวคิดปัจจัยการสร้างอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน และปัจจัยองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากนิยามเชิงปฏิบัติการโดยทำการแปลงเป็นข้อความของตัวแปรโดยใช้แนวคิดและงานวิจัยของนักวิชาการที่ผู้วิจัยได้รับอิทธิพลทางความคิดและนำมาสรุปเป็นข้อคำถาม ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้ 1) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งผล IOC เท่ากับ 0.89 โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเช่นเดียวกับประชากรและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำค่าคะแนนที่ได้ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยมีตัวแปรและค่า Reliability (α) ดังนี้

การสร้างอิทธิพลทางสังคม (SI) ($\alpha = 0.894$) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) หลักการความตอบแทน (SI_R) 2) หลักการความสอดคล้อง (SI_C) 3) หลักการความเห็นพ้องของสังคม (SI_Sp) 4) หลักการอำนาจและความน่าเชื่อถือ (SI_A) 5) หลักการความชอบ (SI_L) 6) หลักการความขาดแคลน (SI_Sc)

การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน (IM) ($\alpha = 0.885$) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบคือ 1) กระบวนการรวบรวมข้อมูล (IM_CS) 2) การสร้างนักข่าวพลเมือง (IM_CJ) 3) การหลอมรวมสื่อ (IM_CV) 4) การใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (IM_DJ)

องค์การแห่งการเรียนรู้ (LO) ($\alpha = 0.876$) ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (LO_CL) การส่งเสริมให้มีการพูดคุยสนทนา (LO_PR) การกระตุ้นให้มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคล และทีม (LO_EC) การกำหนดระบบที่จะทำให้คนมีความสนใจในการเรียนรู้และแบ่งปันการเรียนรู้ร่วมกัน (LO_ES) การให้อำนาจ, กระจายอำนาจในองค์การโดยผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกัน (LO_EP) การเชื่อมโยงองค์การเข้ากับสภาพแวดล้อมและปรับตัวให้เหมาะสม (LO_CO) การเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้ (LO_PL)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยใช้ Google form ส่งถึงกลุ่มตัวอย่างผ่าน Application line ของกลุ่มสมาชิกรเบาะแส สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำนวน 360 ชุด นำมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามแล้วจึงหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ต่อมาเป็นการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์รายคู่ (Correlation) ระหว่างการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้และอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่าระดับอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ (SI) การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน(IM) และองค์ประกอบของระดับองค์การแห่งการเรียนรู้ (LO) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (M) จากตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการตลาดแบบใช้อินฟลูเอนเซอร์ โดยใช้ทฤษฎี อิทธิพลทางสังคมและการโน้มน้าวใจของกลุ่มสมาชิกรเบาะแส

	M	SD	ระดับ	อันดับ
อิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ (SI)	4.468	0.865	สูง	
หลักการความตอบแทน (SI_R)	4.468	0.865	สูง	2
หลักการความสอดคล้อง (SI_C)	4.380	0.868	สูง	4
หลักการความเห็นพ้องของสังคม (SI_Sp)	4.319	0.819	สูง	6
หลักการอำนาจและความน่าเชื่อถือ (SI_A)	4.378	0.865	สูง	5
หลักการความชอบ (SI_L)	4.402	0.954	สูง	3
หลักการความขาดแคลน (SI_Sc)	4.601	0.829	สูง	1

ผลการวิจัยจากตารางที่ 1 พบว่าทุกองค์ประกอบของอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ (SI) อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.32 ถึง 4.60 โดยด้านหลักการความขาดแคลน (SI_Sc) ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 หลักการความตอบแทน (SI_R) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 และหลักการความเห็นพ้องของสังคม (SI_Sp) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในระดับสูง ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานในกลุ่ม SI มีความแปรปรวนในช่วง 0.819 ถึง 0.954 แสดงถึงความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ค่อนข้างดี

ตารางที่ 2 ระดับระดับการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน ของกลุ่มสมาชิกรเบาะแส

	M	SD	ระดับ	อันดับ
การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน (IM)	4.359	0.953	สูง	
กระบวนการรวบรวมข้อมูล (IM_CS)	4.369	0.990	สูง	2
การสร้างนักข่าวพลเมือง (IM_CJ)	4.377	1.019	สูง	1
การหลอมรวมสื่อ (IM_CV)	4.361	1.043	สูง	3
การใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (IM_DJ)	4.329	0.973	สูง	4

ผลการวิจัยจากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยด้านการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน (IM) ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.33 ถึง 4.38 ด้านการสร้างนักข่าวพลเมือง (IM_CJ) ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 กระบวนการรวบรวมข้อมูล (IM_CS) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 และการใช้วารสารศาสตร์เชิงข้อมูล (IM_DJ) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในระดับสูง ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานในกลุ่ม IM มีความแปรปรวนในช่วง 0.973 ถึง 1.043 ซึ่งแสดงถึงความหลากหลายของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะด้านการหลอมรวมสื่อ (IM_CV) ที่มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด

ตารางที่ 3 ระดับองค์การแห่งการเรียนรู้ ของกลุ่มสมาชิกองค์กรเบาะแส

	M	SD	ระดับ	อันดับ
องค์การแห่งการเรียนรู้ (LO)	4.255	0.767	สูง	
สร้างบรรยากาศการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (LO_CL)	4.198	0.776	สูง	7
ส่งเสริมให้มีการพูดคุยสนทนา (LO_PR)	4.200	0.833	สูง	6
กระตุ้นให้มีการเรียนรู้ระหว่างบุคคล และทีม (LO_EC)	4.210	0.799	สูง	5
ทำให้คนสนใจเรียนรู้และแบ่งปันการเรียนรู้ (LO_ES)	4.327	0.894	สูง	2
กระจายอำนาจผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ (LO_EP)	4.295	0.895	สูง	3
เชื่อมโยงองค์การเข้ากับสภาพแวดล้อม (LO_CO)	4.334	0.939	สูง	1
การเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้ (LO_PL)				

ผลการวิจัยจากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยด้านองค์การแห่งการเรียนรู้ (LO) ทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.198 ถึง 4.334 ด้านการเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้ (LO_PL) ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับที่ 1 การกระจายอำนาจผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์ (LO_EP) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับที่ 2 และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (LO_CL) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ 4.198 แต่ก็ยังถือว่าเป็นค่าที่ค่อนข้างสูง สำหรับค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อยู่ในช่วง 0.774 ถึง 0.939 ซึ่งบ่งบอกถึงความ

แปรปรวนของความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยตัวแปรการเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้ (LO_PL) และการเชื่อมโยงองค์การเข้ากับสภาพแวดล้อมและปรับตัวให้เหมาะสม (LO_CO) มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด แสดงว่าความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายมากที่สุดในสองด้านนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแปรด้านองค์การแห่งการเรียนรู้ (LO) มีความสัมพันธ์อย่างสูงกับตัวแปรย่อยของตัวเองทั้งหมดคือการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ การพูดคุยสนทนา การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างบุคคล การให้อำนาจในองค์กร และการปรับตัวให้เหมาะสมในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยมีค่าความสัมพันธ์ตั้งแต่ .707 ถึง .938 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตัวแปรด้านอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ (SI) มีความสัมพันธ์สูงกับองค์ประกอบย่อยของตัวเองเช่นกันคือ หลักการความตอบแทน (SI_R), หลักการความสอดคล้อง (SI_C) และหลักการความเห็นพ้องของสังคม (SI_Sp) มีความสัมพันธ์สูงกับ SI ที่ค่าความสัมพันธ์ .866, .775 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตามลำดับ SI_R และ SI_C มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับ LO = .784 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ LO_CO = .761 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตัวแปรการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน (IM) มีความสัมพันธ์สูงกับองค์ประกอบย่อยของตัวเองเช่นกันคือ กระบวนการรวบรวมข้อมูล (IM_CS) และการสร้างนักข่าวพลเมือง (IM_CJ) ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ที่ .923 และ .961 ตามลำดับ ตัวแปร IM มีความสัมพันธ์สูงกับ LO = .714 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง SI และ IM อยู่ที่ระดับปานกลาง .661 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ความสัมพันธ์ระหว่าง SI และ LO สูงถึง .784 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง IM และ LO อยู่ที่ .714 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4

Correlations																				
	LO_CL	LO_PR	LO_EC	LO_ES	LO_EP	LO_CO	LO_PL	SI_R	SI_C	SI_Sp	SI_A	SI_L	SI_Sc	IM_CS	IM_CJ	IM_CV	IM_DL	LO	SI	IM
LO_CL	1																			
LO_PR	.860**	1																		
LO_EC	.813**	.824**	1																	
LO_ES	.786**	.773**	.844**	1																
LO_EP	.707**	.698**	.772**	.839**	1															
LO_CO	.742**	.720**	.787**	.849**	.929**	1														
LO_PL	.731**	.695**	.757**	.785**	.870**	.905**	1													
SI_R	.698**	.637**	.684**	.713**	.732**	.761**	.746**	1												
SI_C	.691**	.663**	.686**	.693**	.726**	.765**	.740**	.866**	1											
SI_Sp	.665**	.660**	.637**	.618**	.645**	.672**	.697**	.775**	.814**	1										
SI_A	.693**	.671**	.721**	.684**	.692**	.720**	.771**	.752**	.780**	.798**	1									
SI_L	.627**	.616**	.593**	.588**	.588**	.606**	.666**	.644**	.677**	.737**	.783**	1								
SI_Sc	.624**	.583**	.647**	.670**	.694**	.704**	.675**	.681**	.739**	.678**	.724**	.757**	1							
IM_CS	.559**	.521**	.611**	.646**	.703**	.712**	.699**	.675**	.632**	.549**	.665**	.634**	.683**	1						
IM_CJ	.554**	.511**	.587**	.586**	.628**	.656**	.672**	.600**	.593**	.546**	.644**	.711**	.650**	.885**	1					
IM_CV	.599**	.574**	.601**	.565**	.591**	.627**	.666**	.613**	.613**	.611**	.700**	.776**	.630**	.824**	.910**	1				
IM_DL	.612**	.588**	.587**	.561**	.596**	.637**	.674**	.615**	.626**	.627**	.724**	.741**	.644**	.789**	.840**	.914**	1			
LO	.882**	.872**	.908**	.922**	.920**	.938**	.910**	.784**	.783**	.724**	.781**	.675**	.725**	.704**	.663**	.666**	.671**	1		
SI	.698**	.637**	.684**	.713**	.732**	.761**	.746**	1.000**	.866**	.775**	.752**	.644**	.681**	.675**	.600**	.613**	.615**	.784**	1	
IM	.614**	.579**	.630**	.623**	.665**	.695**	.716**	.661**	.651**	.616**	.722**	.757**	.688**	.923**	.961**	.965**	.935**	.714**	.661**	1
Mean	4.198	4.200	4.210	4.225	4.327	4.295	4.334	4.468	4.380	4.319	4.378	4.402	4.601	4.369	4.377	4.361	4.329	4.255	4.468	4.359
S.D	0.776	0.833	0.799	0.774	0.894	0.895	0.940	0.865	0.868	0.819	0.865	0.954	0.829	0.990	1.019	1.043	0.973	0.767	0.865	0.953

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

N = 360

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่าระดับ LO (องค์การแห่งการเรียนรู้) ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.255 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.767 ค่าเฉลี่ยของ LO ซึ่งมีค่ามากกว่า 4 แสดงให้เห็นว่าองค์กรโดยรวมมีระดับการเรียนรู้ที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่น้อยบ่งบอกถึงความแปรปรวนของการตอบสนองที่ไม่มาก ซึ่งหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างสมาชิกส่วนใหญ่มีลักษณะการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ที่คล้ายคลึงกัน จากองค์ประกอบของ LO พบว่า LO_CL (การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง) มีค่าเฉลี่ย 4.198 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.776 ซึ่งบ่งบอกถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ในองค์การเป็นสิ่งที่พบเห็นได้บ่อยในกลุ่มตัวอย่างนี้ และ LO_EP (การให้อำนาจและกระจายอำนาจในองค์การ) มีค่าเฉลี่ย 4.327 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.894 แสดงถึงการเน้นการบริหารที่ให้อำนาจมากขึ้นในองค์การและการให้ความสำคัญของการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Garvin (1993) ที่กล่าวว่าองค์การแห่งการเรียนรู้ช่วยสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์การ และยังสนับสนุนผลการศึกษาศึกษาของ Marsick และ Watkins (2003) ที่พบว่าการเรียนรู้ที่ต่อเนื่องช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในระยะยาว

สำหรับระดับ IM (การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน) ค่าเฉลี่ย 4.359 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.953 ค่าเฉลี่ยที่ได้บ่งบอกว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนในองค์การมีระดับที่สูงเช่นกัน แต่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มากกว่า LO แสดงให้เห็นถึงความแปรปรวนของการตอบสนองที่มากขึ้น ซึ่งหมายถึงว่าในองค์การเบาบางมีความสามารถในการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนได้ดีกว่าองค์การอื่น องค์ประกอบของ IM พบว่า IM_CJ (การสร้างนักข่าวพลเมือง) มีค่าเฉลี่ย 4.377 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.019 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการสร้างนักข่าวพลเมืองมีความสำคัญในองค์การ IM_CV (การหลอมรวมสื่อ) มีค่าเฉลี่ย 4.361 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.043 แสดงถึงการเพิ่มศักยภาพขององค์การในการจัดการข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Goh (2012) ที่พบว่าการส่งเสริมการเรียนรู้ในองค์การผ่านการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ส่วนตัวแปร SI (อิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์) ค่าเฉลี่ย 4.468 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.865 ค่าเฉลี่ยของ SI สูงกว่าทั้ง LO และ MI ซึ่งบ่งชี้ว่ามีอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ในระดับสูงในกลุ่มตัวอย่างนี้ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานบ่งบอกถึงความแปรปรวนในระดับปานกลางของการตอบสนอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความหลากหลายในการตอบสนองขององค์การที่ได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์ องค์ประกอบของ SI พบว่า SI_Sc (หลักการความขาดแคลน) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.601 แสดงถึงการใช้หลักการนี้ในระดับที่สูงเพื่อสร้างความต้องการหรือการยอมรับจากผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย SI_L (หลักการความชอบ) มีค่าเฉลี่ย 4.402 ซึ่งบ่งบอกถึงการใช้กลยุทธ์ที่เน้นการสร้างความต้องการและความชอบในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งคล้ายกับผลการศึกษาของ Hughes et al. (2019) ที่เน้นว่าการมีอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในสังคมดิจิทัลสามารถเพิ่มความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มผู้บริโภค จึงควรลงทุนในระบบจัดการข้อมูล เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและอบรมบุคลากรเพื่อเพิ่มความสม่ำเสมอในการจัดการข้อมูลเพื่อลดความแปรปรวนระหว่างองค์การ และควรบูรณาการอิทธิพลทางสังคมในกลยุทธ์ขององค์การโดยใช้หลักการ SI_Sc (หลักการความขาดแคลน) และ SI_L (หลักการความชอบ) มาช่วยเพิ่มความน่าสนใจและการยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการในรูปแบบที่เน้นความขาดแคลนหรือสร้างความชื่นชอบ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ความสัมพันธ์ระหว่าง LO, IM และ SI สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ LO (องค์การแห่งการเรียนรู้) มีความสัมพันธ์กับ SI (อิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์) ค่า correlation ระหว่าง

LO และ SI อยู่ที่ 0.784 ($p < 0.01$) แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่เน้นการเรียนรู้มีแนวโน้มที่จะได้รับอิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์มากขึ้น การสร้างวัฒนธรรมองค์การที่สนับสนุนการเรียนรู้และความโปร่งใส ช่วยเสริมศักยภาพในการตอบสนองต่ออิทธิพลภายนอก (Goh, 2012; Garvin, 1993) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่ส่งเสริมความสามารถในการเรียนรู้สามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Senge, 2006) ส่วนความสัมพันธ์ระดับปานกลางระหว่าง IM และ SI ค่า correlation อยู่ที่ 0.661 ($p < 0.01$) บ่งชี้ถึงความสำคัญของการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกระบวนการรวบรวมข้อมูล (IM_CS correlation = 0.675) ที่ช่วยให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อเสริมสร้างกลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย (Choo, 2006; Davenport & Prusak, 1998) ส่วนตัวแปรย่อยของ LO เช่น LO_CL (การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง) มีความสัมพันธ์กับ SI_R (หลักการความตอบแทน) อยู่ที่ 0.698 ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของการสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ในองค์กรเพื่อตอบสนองต่ออิทธิพลภายนอก MI (การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน) มีความสัมพันธ์กับ SI ค่า correlation ระหว่าง MI และ SI อยู่ที่ 0.661 ($p < 0.01$) แสดงถึงความสัมพันธ์ระดับปานกลางระหว่างการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวนและอิทธิพลทางสังคม ตัวแปรย่อย IM_CS (กระบวนการรวบรวมข้อมูล) มีความสัมพันธ์กับ SI อยู่ที่ 0.675 ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรวบรวมข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถตอบสนองและใช้ประโยชน์จากอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ได้ ส่วนตัวแปร SI (อิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ต่างกันไปกับตัวแปร LO และ MI โดย SI_R (หลักการความตอบแทน) มีความสัมพันธ์ที่สูงกับ LO และ MI ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับกลุ่มเป้าหมาย (Cialdini, 2001) ส่วน SI_C (หลักการความสอดคล้อง) และ SI_Sp (หลักการความเห็นพ้องของสังคม) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงสูงกับ LO และ MI, การสอดคล้องและความเห็นพ้องของสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในองค์กร SI_A (หลักการอำนาจและความน่าเชื่อถือ) มีความสัมพันธ์สูงกับ LO_PL (การเตรียมกลยุทธ์ภาวะผู้นำสำหรับการเรียนรู้) แสดงถึงความสำคัญของภาวะผู้นำในการสร้างความน่าเชื่อถือและอิทธิพลชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำในองค์กรมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น และ SI_L (หลักการความชอบ) และ SI_Sc (หลักการความขาดแคลน) มีความสัมพันธ์ที่ต่ำกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ แต่ยังคงแสดงถึงความสำคัญในการสร้างความชอบและการจัดการทรัพยากรที่มีจำกัด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองต่ออิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์ (Goh, 2012) และการจัดการข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพสามารถช่วยให้การสื่อสารและการตอบสนองต่อสถานการณ์เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Choo, 2006) การใช้กลยุทธ์ที่เน้นความรู้และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Garvin, 1993) จากข้อมูลที่ได้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง LO, MI และ SI ที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนและเสริมสร้างความสามารถขององค์กรในการตอบสนองและใช้ประโยชน์จากอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เข้มแข็งและการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาและรักษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

แนวทางการปรับปรุงองค์กรเบาแสในด้านการพัฒนาภาวะผู้นำและกลยุทธ์การเรียนรู้ ภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO_PL) มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและอิทธิพล (SI_A) เสริมการใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ การรวบรวมข้อมูลเชิงลึกอย่างมีประสิทธิภาพ (IM_CS) สามารถช่วยให้องค์กรปรับตัวและตอบสนองได้ดีขึ้น การบูรณาการกลยุทธ์ด้านอินฟลูเอนเซอร์ การนำกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับความขาดแคลนและความชอบมาใช้

สามารถเพิ่มความดึงดูดใจให้กับเป้าหมาย จึงสามารถสรุปได้ว่าองค์การที่ส่งเสริมการเรียนรู้และจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพจะมีศักยภาพในการตอบสนองต่ออิทธิพลจากอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างเหมาะสม การใช้กลยุทธ์แบบบูรณาการจะช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสร้างความยั่งยืนในการแข่งขันในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเรื่องการจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงสืบสวน องค์การแห่งการเรียนรู้ขององค์กรสืบสวนเบาะแส และอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ โดยมีความมุ่งหวังที่จะปรับปรุงขบวนการในการจัดการองค์การให้องค์กรสืบสวนเบาะแสเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยเพิ่มเติมอิทธิพลทางสังคมจากอินฟลูเอนเซอร์ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวทางการจัดการข้อมูลข่าวสารเท่านั้น ซึ่งการที่จะนำองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ต้องมีปัจจัยด้านอื่น ๆ อีกหลายด้าน ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรจะต้องนำตัวแปรด้านพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรสืบสวนเบาะแสมาเป็นตัวแปรสำคัญด้วย เช่น ปัจจัยการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร (Organizational Citizenship Behavior) หรือปัจจัยพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เพื่อนำองค์การสืบสวนเบาะแสไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ได้สมบูรณ์แบบ

เอกสารอ้างอิง

- ทัตชยันต์ วาหะรักษ์. (2554). *เทคนิคการรายงานข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนของหนังสือพิมพ์แนวประชานิยม กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รุ่งรัต ศงษ์ยืน. (2561). ความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างการแบ่งปันความรู้ บรรยากาศขององค์กร องค์การแห่งการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ของครูสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ. *วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*, 36(1), 135-158.
- ศูนย์ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง. (2564). แนวทางการทำให้เกิดการเสนอข่าวเชิงสืบสวนในสื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <https://www.tcijthai.com>
- เสกสรรณ ประเสริฐ. (2562). กระบวนการทำข่าวเชิงสืบสวน. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2), กรกฎาคม-ธันวาคม 2562.
- Bakshy, E., Hofman, J. M., Mason, W. A., & Watts, D. J. (2011). Everyone's an influencer: Quantifying influence on Twitter. *Proceedings of the Fourth ACM International Conference on Web Search and Data Mining*, 65-74.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: Who really influences your customers?* Oxford: Elsevier.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and practice*. Boston: Allyn and Bacon.
- Cohen, J. F., & Olsen, K. (2015). Knowledge management capabilities and firm performance: A test of universalistic, contingency and complementarity perspectives. *Expert Systems with Applications*, 42, 1178-1188.
- Choo, C. W. (2006). *The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions*. Oxford University Press.

- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business School Press.
- Eleader. (2017). Digital transformation: Opportunities to create new employee models. *MIT Sloan Management Review*, 58(2), 20-22.
- Ekambaram, A., Sorensen, A. O., Bull-Berg, H., & Olssen, N. O. E. (2018). The role of big data and knowledge management in improving projects and project-based organizations. *Procedia Computer Science*, 138, 851-858.
- Feldstein, M. (2006). A muckraking model: Investigative reporting cycles in American history. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(2), 105-120.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90-92.
- Garvin, D. A. (1993). Building a learning organization. *Harvard Business Review*, 71(4), 78–91.
- Goh, S. C. (2012). Making performance management systems more effective in public sector organizations. *Measuring Business Excellence*, 16(1), 31–42.
- Hughes, C., Swaminathan, V., & Brooks, G. (2019). Driving brand engagement through online social influencers: An empirical investigation of sponsored blogging campaigns. *Journal of Marketing*, 83(5), 78-96.
- Marsick, V. J., & Watkins, K. E. (2003). Demonstrating the value of an organization's learning culture: The dimensions of the learning organization questionnaire. *Advances in Developing Human Resources*, 5(May), 132-151.
- Senge, P. M. (2006). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Currency Doubleday.