

รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

MTX/26696

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม




ใบอนุญาตวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เรื่อง : รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัย : นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์

ได้รับอนุมัติเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

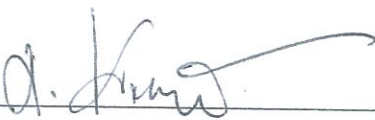

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธิ เต็มองค์ชัย)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


(รองศาสตราจารย์ ดร.สุวกิจ ศรีปัดถา) ประธานกรรมการ


(รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โภศลกิตติอัมพร) กรรมการ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ) กรรมการ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร เขาวรัตน์) กรรมการ

ชื่อเรื่อง : รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด
ผู้วิจัย : นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
ปริญญา : ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต (ยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค)
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร เขาวรัตน์
ปีการศึกษา : 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด 3) เพื่อทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบ การวิจัยมี 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จากสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 309 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมการเชิงโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมลิสมเรล (LISREL) และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด วิพากษ์รูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้พัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จำนวน 20 คน ระยะที่ 3 ทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน กลุ่มทดลอง คือ กลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ และการวิเคราะห์และสกัดความรู้ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นชุดกิจกรรมการจัดการความรู้ ประกอบด้วย (1) กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ได้แก่ กิจกรรมการระดมสมอง กิจกรรมการพัฒนาการพูด และกิจกรรมการศึกษาดูงาน และ (2) กิจกรรมการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ ได้แก่ กิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง และกิจกรรมการพัฒนาอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างศักยภาพให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน 3) การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า หลังการอบรมคะแนนเฉลี่ยสูงกว่าก่อนการอบรมอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า รูปแบบการจัด การความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ดมี
ประสิทธิภาพ ทำให้การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนของสมาชิกสูงขึ้น

คำสำคัญ: รูปแบบ, การจัดการความรู้, ธุรกิจชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Title : Knowledge Management Model for Community Businesses in Roi Et Province

Author : Ms. Nipaporn Jongwutiwes

Degree : Doctor of Philosophy (Regional Development Strategies)
Rajabhat Maha Sarakham University

Advisors : Asst. Prof. Dr. Rangson Singhalert
Asst. Prof. Dr. Sasithorn Chaowarat

Year : 2019

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study factors affecting knowledge management of community business in Roi Et province, 2) to create a knowledge management model of community business in Roi Et province, and 3) to implement and assess the model. The research had 3 phases. Phase 1 studied factors affecting knowledge management of Community Businesses in Roi Et province. The sample consisted of 309 community business members determined by Yamane's a sample size formula and were collected by a simple random sampling method with questionnaire. The statistical analysis included LISREL for a structural equation modeling and Pearson's product moment correlation coefficient. Phase 2 created the knowledge management model of community businesses in Roi Et province. The model was criticized by 20 people, namely experts, academicians, developers of community business groups, and entrepreneurs. Phase 3 implemented and assessed the model. The experimental group was the plastic weaving group at Mueywadee sub-district, Mueywadee district, Roi Et province.

The results showed that: 1) Factors affecting knowledge management of Community Businesses in Roi Et province consisted of 2 factors, namely knowledge management participation, and an analysis and extraction of knowledge affecting the knowledge management success with statistical significance at the .05 level. 2) The knowledge management model of community business in Roi Et province was an activity packet which consisted of (1) participatory activities in knowledge

management on brainstorming, speaking, and education tour activities (2) analysis and extraction of knowledge activities on self-assessment activity and emotional development activity. 3) The knowledge management of community business of plastic weaving group members in Mueywadee sub-district, after training mean score was higher than before training with the statistical significance at the .05 level. It was showed that the model of knowledge management of community businesses in Roi Et province had an efficiency which enhanced their abilities higher.

Keywords: Model, Knowledge Management, Community Business



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kany Son', is written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Major Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร เขาวรัตน์ กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุวกิจ ศรีปีดถา ประธานกรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร กรรมการสอบ

ขอขอบพระคุณ พัฒนาการ จังหวัดร้อยเอ็ดและเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ดทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยให้มีความสมบูรณ์ และขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้ที่มีอานิสงส์มา กล่าวไว้ได้ทั้งหมด ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ นักศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค รุ่นที่ 10 ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือโดยตลอด และบุคคลผู้ที่เป็นกำลังใจสำคัญคอยให้การสนับสนุนช่วยเหลือ ผลักดันให้ผู้วิจัยต่อสู้กับอุปสรรคนานัปการตลอดระยะเวลาของการศึกษาจนสำเร็จ คือ คุณไชย คุณวัชร และคุณภคณัฐ จงวุฒิเวศย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ	9
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	10
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้	10
2.2 ทฤษฎี รูปแบบและการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้	39
2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน	43
2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	53
2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	63
2.6 บริบทของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด	74
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	77
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย	92

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	93
ระยะที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด	93
ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด	110
ระยะที่ 3 ทดลองใช้ และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด	113
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	119
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย	119
4.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิจัย	120
4.3 ผลการวิจัย	121
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	137
5.1 สรุปผล	137
5.2 อภิปรายผล	138
5.3 ข้อเสนอแนะ	144
บรรณานุกรม	145
ภาคผนวก.....	153
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	154
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเครื่องมือ	163
ภาคผนวก ค แบบประเมินความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ	167
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	173
ประวัติผู้วิจัย	176

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปที่มาของตัวแปร	91
3.1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอำเภอ.....	98
4.1	จำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	121
4.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ และค่าความโด่ง ของตัวแปร	123
4.3	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปร	124
4.4	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระทุกตัวส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจ ชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด	125
4.5	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ	126
4.6	ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานตั้งต้นที่ 1 ของการวิจัย	128
4.7	ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสุดท้ายของการวิจัย	129
4.8	แสดงผลโดยตรง ผลโดยอ้อม และผลโดยรวม และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ กำลังสองของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ในแบบจำลองที่ปรับปรุงใหม่	130
4.9	ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของโครงร่างชุดฝึกกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจ ชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยผู้เชี่ยวชาญ	131
4.10	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ของสมาชิกกลุ่มจักสาน เส้นพลาสติก.....	134
4.11	ผลการทดสอบสมมติฐานการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ของสมาชิกกลุ่มจักสาน เส้นพลาสติก.....	134
4.12	ผลการทดสอบสมมติฐานการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	135
4.13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการความรู้ ของธุรกิจชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด	135

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 SECI process	17
2.2 ขั้นตอนการสร้างรูปแบบ	41
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 1	93
2.4 ความสัมพันธ์ของการดำเนินการวิจัยในการวิจัยระยะที่ 2 และ 3	94
3.1 กระบวนการดำเนินการวิจัยรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด ...	118
4.1 รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ตัวแบบตั้งต้นที่ 1	127
4.2 รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ตัวแบบสุดท้าย	128



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศไทยภายใต้กรอบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาลมุ่งส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลของการพัฒนาที่ไม่สมดุลระหว่างความเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชากรก่อให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาความยากจน ความแตกต่างของรายได้ พบว่า คนรวยมากขึ้น แต่คนจนกลับมีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม มีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น ปัญหาอาชญากรรม จากปัญหาที่เกิดขึ้น ประเทศไทยจึงเล็งเห็นว่าการพัฒนาที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นหลักนั้น ไม่ใช่ทางออกที่แท้จริงของสังคมไทย ทิศทางการพัฒนาประเทศจึงมีการปรับเปลี่ยน การพัฒนาที่ผ่านมามีผลกระทบต่อสภาพชนบทดั้งเดิม เป็นวิถีในภาคเกษตรกรรม มีความสัมพันธ์กันด้วยวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม มีความเป็นสังคมเครือญาติและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน วิถีชีวิตถูกรบกวนโดยผลของการพัฒนาสังคม ในอดีตที่เคยอิสระพึ่งตนเอง แปรเปลี่ยนเป็นชุมชนพึ่งพา ดังนั้นการแก้ปัญหาความยากจนจึงเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร่งด่วน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งระดับชุมชน ระดับภาค ระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผน เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางในการพัฒนาประเทศ และได้นำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็ง เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวให้รองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม และยังคงให้ความสำคัญในการพัฒนาคน และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่เป็นการเข้าใจ เข้าถึง ร่วมพัฒนาอย่างสอดคล้องกับภูมิสังคม ซึ่งแนวโน้มของบริบทของการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมี 5 บริบทดังนี้

- 1) การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินของโลก
- 2) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด
- 3) การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม
- 4) การเคลื่อนย้ายของประชากรอย่างเสรี
- 5) การเปลี่ยนแปลงทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, น. 5)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) การพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมา ส่งผลให้ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นตามลำดับ ได้แก่ เศรษฐกิจไทยมีขนาดใหญ่ขึ้น มีฐานการผลิตและบริการที่มีความเข้มแข็งและโดดเด่นในหลายสาขา และความร่วมมือกับมิตรประเทศทั้งในรูปทวิภาคีและพหุภาคี รวมถึงความร่วมมือกับประเทศในอนุภูมิภาคและอาเซียนมีความเข้มข้นและชัดเจนขึ้น ขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนของไทยเพิ่มขึ้น ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานมีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น และการบริการทางสังคมทุกด้านที่มีความครอบคลุมทั่วถึง ทำให้รายได้ประชาชนสูงขึ้นปัญหาความยากจนลดลง และคุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างเศรษฐกิจไทยมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจและสังคมโลกมากขึ้น จึงทำให้มีความอ่อนไหวและผันผวนตามปัจจัยภายนอก ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันปรับตัวช้า เนื่องจากการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าการผลิตเกษตร อุตสาหกรรม และบริการสู่การใช้องค์ความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมยังดำเนินการได้น้อย ทำให้ฐานการผลิตเกษตร อุตสาหกรรม และบริการมีผลิตภาพการผลิตต่ำ ประกอบกับประเทศไทยยังประสบปัญหาคุณภาพในเกือบทุกด้านที่สำคัญ ได้แก่ คุณภาพคน คุณภาพการศึกษา คุณภาพบริการสาธารณะและบริการสาธารณสุข สังคมไทยยังมีความเหลื่อมล้ำสูง ก่อให้เกิดความแตกแยก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560, น. 1)

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ชีวิต ความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองได้ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบในชุมชนโดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน ให้ชาวบ้านในชุมชนได้คิดเอง วางแผน และตั้งเป้าหมายด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาปากท้องของคนส่วนใหญ่ในประเทศ และสามารถลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองเพื่อหางานทำ อีกทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคชนบท "ธุรกิจชุมชน" จึงเป็นทางเลือกที่สำคัญในขณะทีธุรกิจอุตสาหกรรมในเมืองประสบปัญหา ปลดคนงานออก สถานการณ์เช่นนี้คงจะยืดเยื้อไปอีกหลายปี จึงนับเป็นโอกาสเหมาะในการที่จะศึกษาช่องทางเกี่ยวกับการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจชุมชน เพื่อให้เป็นทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในชนบท เพื่อบรรเทาภาวะวิกฤตที่จะมีผลกระทบต่อชนบท และแรงงานที่กำลังว่างงานคืนสู่ชนบท ในระยะยาวธุรกิจชุมชนจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ป้องกันการต่อรองมิให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมมากเกินไป

การรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพในรูปแบบของธุรกิจชุมชน จึงเป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชน เพื่อนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่แล้ว มาสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนหรือปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสภาวการณ์ปัจจุบัน โดยเน้นศักยภาพของแต่ละชุมชนสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ได้กำหนดเป็นนโยบายเร่งด่วนในการพัฒนาประเทศโดยให้แต่ละชุมชนนำเอาภูมิปัญญาในแต่ละ

ชุมชน มาสร้างรายได้ให้กับชุมชนภายใต้นโยบาย "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" ซึ่งนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวเป็นนโยบายที่สอดคล้องและตอบสนองต่อพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระราชทานแก่พสกนิกรเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง "ถ้าสามารถที่จะเปลี่ยนให้กลับเป็นเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ต้องทั้งหมดแม้จะไม่ถึงครึ่งอาจจะเศษหนึ่งส่วนสี่ก็จะสามารถที่จะอยู่ได้ การแก้ไขจะต้องใช้เวลาไม่ใช่ง่ายๆ โดยมากคนใจร้อนเพราะเดือดร้อน แต่ว่าถ้าทำตั้งแต่เดี๋ยวนี้ก็สามารถที่จะแก้ไขได้" (สมหมาย สาดทรัพย์, 2542, น. 4)

ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตนเอง ร่วมกับสมาชิกคนอื่น โดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่น เป็นสำคัญ จึงก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นพร้อมทั้งมีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย นอกจากนี้ธุรกิจชุมชนยังช่วยสร้างความเข้มแข็งในชุมชน กล่าวคือ ธุรกิจชุมชนมีจำนวนมากขึ้นเท่าไร จะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้นเท่านั้น เกิดการกระจายรายได้สู่กลุ่มคนกลุ่มอื่นอย่างทั่วถึง และธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม ช่วยให้อัตราการว่างงานลดลง ตลอดจนยังช่วยลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชนบรรลุเป้าหมาย สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็ง ปัญหาสังคมต่างๆ ที่มีอยู่ขณะนี้ไม่ว่าปัญหายาเสพติดในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัวแตกสลาย หรือล่มสลาย จะได้รับการบรรเทาพร้อมกันไปด้วย ช่วยให้เกิดเป็นสังคมที่มีความร่มเย็นเป็นสุขตลอดไป (กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, สำนักงานมาตรฐานการศึกษา, 2545, น. 14-15)

อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาไม่ควรยึดติดเฉพาะหน่วยงานระดับโลกเท่านั้น แต่ควรผนวกรวมการสื่อสารระดับกลุ่มคนในหมู่บ้าน ระดับหมู่บ้าน ระดับเครือข่ายของหมู่บ้านเข้าไว้ด้วยกัน โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์แบบองค์รวมและถือเอาปัญหาของชุมชนเป็นตัวตั้ง (problem-oriented approach) นอกจากนี้ยุทธศาสตร์การพัฒนาควรเน้นลักษณะเชิงโครงสร้างและเน้นระดับนโยบาย เช่น การคืนอำนาจสู่ประชาชน เพื่อการกำหนดชะตากรรมของชุมชนเอง ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวต้องใช้นโยบายการพัฒนาแบบกระจายอำนาจการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ในการพัฒนาจาก "ระดับโลก" หรือ "ระดับชาติ" มาสู่ระดับ "หมู่บ้าน" และ "ชุมชน" ซึ่งเน้นการพัฒนาปัจเจกบุคคลที่มีความรู้เป็นรูปธรรม (มากกว่า) และตัวชุมชนที่มีความเป็นนามธรรม (มากกว่า) ได้ฉายชัดให้เห็นถึงเป้าหมายของการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาว่าเป็นการพัฒนาเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน (มงคล ตำนานินทร์, 2545, น. 151-153)

การทำงานต่าง ๆ ของชุมชน ทรัพยากรมนุษย์เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ชุมชนต้องมีการพัฒนาบุคคลเหล่านี้ให้มีความเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง วิธีการที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ การเรียนรู้ (Learning) องค์ประกอบสำคัญของวงจรความรู้ คือ คน เทคโนโลยี และกระบวนการความรู้ (Knowledge process) โดย "คน" ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ "เทคโนโลยี" เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้คนสามารถจัดเก็บ ค้นหา แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้ได้ อย่างสะดวก และรวดเร็วขึ้น ส่วน "กระบวนการความรู้" เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้ใช้ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนั้นองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกัน ความเข้มแข็งของชุมชนจะเกิดขึ้นได้ต้องมี ยุทธศาสตร์การเรียนรู้ให้กับชุมชนของตน ผ่านวิธีการที่หลากหลาย ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การอำนวยความสะดวก (Directing) การควบคุมและการติดต่อประสานงาน (Controlling and Communication) และการลงมือปฏิบัติ (Action) โดยต้องอาศัยมิติของการเรียนรู้มาใช้ในการบริหารจัดการในลักษณะการจัดการความรู้ (Knowledge Management - KM) หมายถึง ชุมชนต้องมีการจัดการความรู้ให้เกิดกับบุคคลากรในชุมชน และการจัดการความรู้เป็นลักษณะของแต่ละพื้นที่ สาเหตุเนื่องมาจากสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศที่แตกต่างกัน ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็น กระบวนการสำคัญในการดำเนินธุรกิจชุมชน เนื่องจากชุมชนถ้าไม่มีการจัดการความรู้ที่ดี และเหมาะสมจะทำให้ชุมชนนั้นปราศจากความมั่นคงทางความรู้ ไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเหมาะสม แนวคิดการจัดการความรู้ในชุมชนจึงเป็นตัวช่วยสนับสนุน ส่งเสริม ประสิทธิภาพของชุมชนให้เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนเอง และมีการขยายไปยังคนนอกชุมชน

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดหนึ่งในตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากสถิติของ สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด กรมส่งเสริมการเกษตร ด้านเศรษฐกิจ รายได้ของประชากร โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดร้อยเอ็ด ขึ้นอยู่กับภาคการค้าส่งและการค้าปลีก ภาคการเกษตรกรรม และภาคการศึกษา เป็นสำคัญ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP) ปี 2551 จำนวน 49,564 ล้านบาท จัดเป็นลำดับที่ 6 ของภาค และลำดับที่ 38 ของประเทศ มีรายได้ประชากร ตามผลิตภัณฑ์ มวลรวม (GPP) ปี 2551 จำนวน 36,702 บาท/คน จัดเป็นลำดับที่ 9 ของภาค และลำดับที่ 66 ของประเทศ คร่าวเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (23,000 บาท/คน/ปี) จากการจัดเก็บข้อมูล จปฐ. ปี 2552 จังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวนครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (23,000 บาทต่อคนต่อปี) จำนวน 2,556 ครัวเรือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี จำนวน 47,185.23 บาท/คน/ปี จัดเป็นลำดับที่ 2 ของภาค และลำดับที่ 38 ของประเทศ สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด กรมส่งเสริมการเกษตร พ.ศ. 2554 (2554, น.21)

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า การส่งเสริมและพัฒนาความรู้เพื่อการพัฒนาอาชีพให้กับประชาชนได้ ครอบคลุมและมองเห็นช่องทางในการดำเนินธุรกิจชุมชน โดยให้ชุมชนได้มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนและ สามารถบริหารจัดการธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการ ยกระดับรายได้ คุณภาพชีวิตของประชาชนในชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่ก็ก็เป็นกลุ่มที่ ยากจนที่สุดด้วย หากว่าประชาชนมีรายได้สูงขึ้นก็จะส่งผลทางด้านบวกมากมาย อาทิเช่น ภาวะ เศรษฐกิจโดยภาพรวมของประเทศ ปัญหาการว่างงาน และการอพยพย้ายถิ่นของประชาชน ธุรกิจ ชุมชนก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถใช้ในการแก้ไขปัญหานี้ได้ เพราะธุรกิจชุมชนมุ่งสร้างความเข้มแข็ง ให้กับชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชนเองได้คิด วางแผน และมีเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหา ปากท้องของประชาชน ลดการอพยพเข้าเมืองหลวง เพื่อหางานทำในฤดูแล้ง อีกทั้งยังสร้างความ เข้มแข็งให้กับสังคมชนบท ส่งเสริมให้เกิดธุรกิจชุมชนแบบพึ่งพาตนเองได้ โดยมุ่งเน้นการยกระดับ รายได้ และความเป็นอยู่ของประชาชนในชนบท ทั้งยังมุ่งพัฒนาเพื่อให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้นการจัดการความรู้ให้กับชุมชนจะมีส่วน ช่วยในการปรับตัวสู่ภาวะเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ต้องมีการจัดการความรู้ให้เกิด ความเหมาะสมกับการทำงานที่มีอยู่ เนื่องจากในปัจจุบันการผลิตสินค้าของธุรกิจชุมชนนั้นผลิตตาม ความรู้ความเข้าใจของผู้ผลิตทำให้ชิ้นงานที่ผลิตออกมานั้น บางชิ้นงานก็ไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร จึงเห็นว่าการใช้ความรู้ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารจัดการ ความรู้ การตรวจสอบ ซึ่งล้วน จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความเจริญก้าวหน้า จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นจังหวัดหนึ่งที่ใช้ธุรกิจ ชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด มีการเกิดใหม่และล้มหายของธุรกิจชุมชน อีกทั้งยังไม่มี การจัดการความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชนของตนเองอย่างเป็นระบบแบบแผน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา หาแนวทางให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ชั่วลูกชั่วหลาน เน้นให้มีการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อให้การบริหารงานทุกขั้นตอนมีประสิทธิภาพทำให้ธุรกิจชุมชนให้มีการเจริญเติบโตไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถประกอบเป็นอาชีพหลักภายในชุมชนได้ จึงได้กำหนดหัวข้อในการวิจัย คือ รูปแบบการ จัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 ปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 1.2.2 รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ดควรเป็นอย่างไร
- 1.2.3 ผลการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ดเป็น อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 1.3.2 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด
- 1.3.3 เพื่อทดลองใช้ และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การวิเคราะห์และสกัดความรู้ การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ และการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง และปัจจัยด้านการสร้างความรู้ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล การถ่ายโอนจากตัวบุคคลไปสู่ความรู้ชัดแจ้ง การรวบรวมความรู้ที่ชัดแจ้งมาสร้างและต่อยอดความรู้เดิม มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด

1.4.2 หลังจากการทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัด ร้อยเอ็ด ผลการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนสูงขึ้นกว่าก่อนการทดลอง

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 พื้นที่การวิจัย คือ ธุรกิจชุมชน ในเขตพื้นที่ 20 อำเภอ ของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ อำเภอเกษตรวิสัย อำเภอจตุรพักตรพิมาน อำเภอจังหาร อำเภอเชียงขวัญ อำเภอทุ่งเขาหลวง อำเภอธวัชบุรี อำเภอปทุมรัตน์ อำเภอพนมไพร อำเภอโพนทราย อำเภอโพนทอง อำเภอโพธิ์ชัย อำเภอเมยวดี อำเภอเมืองสรวง อำเภอเมืองร้อยเอ็ด อำเภอศรีสมเด็จ อำเภอเสลภูมิ อำเภอสุวรรณภูมิ อำเภอหนองพอก อำเภอหนองฮี และอำเภออาจสามารถ

1.5.2 เนื้อหาการวิจัยเกี่ยวกับกับการจัดการความรู้ 2 ด้าน ได้แก่ การจัดการความรู้ การสร้างความรู้ของธุรกิจชุมชน

1.5.3 ระยะเวลาการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ ปี 2559 -2560 แบ่งระยะเวลาการวิจัยเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ระยะที่ 3 ทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research)

1.5.4 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.5.4.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ระยะที่ 1

- 1) ประชากร ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 1,353 กลุ่ม
- 2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 309 กลุ่ม

โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane.1973:727) 3) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด 2 ปัจจัย ได้แก่

2.1.1) ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ประกอบด้วย

- 2.1.1.1) การแสวงหาความรู้
- 2.1.1.2) การสร้างความรู้
- 2.1.1.3) การจัดเก็บความรู้
- 2.1.1.4) การวิเคราะห์และการสกัดความรู้
- 2.1.1.5) การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้
- 2.1.1.6) การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง

2.1.2) ปัจจัยด้านการสร้างความรู้ ประกอบด้วย

- 2.1.2.1) การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน
- 2.1.2.2) การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน
- 2.1.2.3) การสร้างความรู้โดยการรวบรวม

2.2) ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

2.3) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

1.5.4.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ระยะที่ 2 ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้พัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จำนวน 20 คน โดยการใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling Method)

1.5.4.3 กลุ่มทดลองและตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ระยะที่ 3

1) กลุ่มทดลอง ได้แก่ กลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 35 คน

2) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

2.1) ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

2.2) ตัวแปรตาม คือ ผลการใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ ความรู้

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

“ธุรกิจชุมชน” หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชนเป็นกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ หรือธุรกิจขนาดเล็กในชนบท เพื่อดำเนินการทางธุรกิจที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ทั้งนี้ จะต้องมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถปรับฐานคิดและวิถีคิด มุ่งเน้นการรวมกลุ่มเพื่อร่วมกันจัดการอย่างครบวงจร ทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด

“บริบทธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด” หมายถึง กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมภายในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน

“รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน” หมายถึง ตัวแบบกิจกรรมเพื่อเพิ่มความรู้ในการผลิตสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน ฝึกทักษะให้กับสมาชิกในกลุ่ม เพื่อก่อให้เกิดความหลากหลาย และสินค้าได้คุณภาพตรงตามมาตรฐาน ประกอบไปด้วย หลักการ วิธีการ แผนการอบรม โครงการ รายละเอียดของการจัดการความรู้ เพื่อให้การจัดการความรู้เป็นระบบมากขึ้น

“ความรู้” หมายถึง สิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การค้นคว้า ความเชี่ยวชาญ ความคิด หลักการ วิธีการ ที่สั่งสมกันมา ผ่านกระบวนการฝึกปฏิบัติ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ สามารถถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อมาได้เรียนรู้ และนำไปพัฒนาต่อยอดได้

“การจัดการความรู้” หมายถึง กระบวนการในการจัดการเชิงระบบของความรู้ ตั้งแต่การแสวงหา การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลไปสู่สารสนเทศเพื่อให้เกิดองค์ความรู้และปัญหาทางปฏิบัติตลอดจนการสร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยนความรู้ และมีการจัดเก็บความรู้ในลักษณะ ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางที่สะดวก

“การแสวงหาความรู้” หมายถึง การค้นหาความรู้ที่จำเป็นต่อการทำงาน และขั้นตอนของการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่จะสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และมีการจัดการความรู้ที่เหมาะสม

“การสร้างความรู้” หมายถึง กิจกรรมที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการแสวงหาความรู้ โดยการสร้างความร่วมมือกันในทุกภาคส่วน การทำให้เกิดความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวของบุคคล มีความเจริญเติบโตและสามารถนำความรู้ออกมาใช้ประโยชน์ได้

“การจัดเก็บความรู้” หมายถึง กระบวนการด้านเทคนิค ในการบันทึกความรู้ไว้เป็นฐานข้อมูล และมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคล ทำให้ความรู้อยู่คงอยู่ต่อไป

“การวิเคราะห์และการสกัดความรู้” หมายถึง ขั้นตอนของการประมวลผลให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม สะดวกต่อการนำความรู้มาประยุกต์ใช้

“การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้” หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ภายในกลุ่มธุรกิจ ชุมชน โดยเจตนาหรือไม่เจตนา ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

“การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง” หมายถึง ทำให้เห็นผลจากการใช้ความรู้ เป็นกระบวนการทำงานพัฒนาสมาชิกของกลุ่ม และมีผลในเชิงของการป้องกันด้วย

“การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน” หมายถึง การนำเอาความรู้ที่มีอยู่เดิมของคนหนึ่ง ไปแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันกับผู้อื่น เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และสามารถพัฒนาความรู้ต่อไปได้อีก

“การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน” หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ระหว่างคน ให้ตรงกับความต้องการและความพร้อมของผู้รับความรู้

“การสร้างความรู้โดยการรวบรวม” หมายถึง การนำเอาความรู้ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมา รวบรวม เรียบเรียงใหม่ เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งความรู้เดิมนั้นสามารถเป็นฐานของ ความรู้ใหม่ได้

“การมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน” หมายถึง การดำเนินงานของสมาชิกกลุ่ม ธุรกิจชุมชนโดยมีส่วนร่วมในการคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการติดตามผล

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.7.1 ผลการวิจัยครั้งนี้ สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ของธุรกิจชุมชนที่มีอยู่เดิม ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกภายในกลุ่มได้

1.7.2 สร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน พัฒนาสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งผลให้เกิดการขยายตลาดของสินค้าในอนาคต

1.7.3 สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงแผนงานในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้ครอบครัวและชุมชน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้
2. ทฤษฎี รูปแบบและการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้
3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
5. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน
6. บริบทของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้

แนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เริ่มมีการศึกษาตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1980 เป็นต้นมา หลักการจัดการความรู้จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ในทุกระดับ องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ คือ คน เทคโนโลยี และกระบวนการ ความรู้โดยคนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้และเป็นผู้นำความรู้ ไปใช้ประโยชน์ ส่วนเทคโนโลยีเป็นส่วนประกอบของเครื่องมือในการค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยนความรู้ส่วนกระบวนการความรู้เป็นการบริหารจัดการเพื่อนำความรู้จาก แหล่งความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างบูรณาการ (ธิดา จุลินทร, 2549, น. 18)

การจัดการความรู้ที่ผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับด้านความรู้และเทคโนโลยีด้านทุนทรัพย์ และด้านตลาดรองรับสินค้า ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นแนวทางการสร้างรูปแบบ

การจัดการความรู้ด้านธุรกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร จะนำไปสู่กระบวนการจัดการความรู้ และปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการความรู้ตลอดจนเครื่องมือการจัดการความรู้ ที่มีทีมการจัดการ และเครื่องมือทางเทคโนโลยี ความรู้และวิธีดำเนิน การจัดการขั้นตอน การนำการจัดการ ความรู้สู่การปฏิบัติปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการความรู้ประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ควร

ได้ทำการศึกษาสร้างความเข้าใจเบื้องต้นเพื่อให้การดำเนินการ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพโดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1.1 ความหมายของการจัดการความรู้

ความหมายของการจัดการความรู้มีนักคิดและนักวิชาการได้ให้คำนิยามไว้มากมาย มีความเหมือนและความคล้ายคลึงกันบ้าง หรือแตกต่างกันไปบ้างตามความเข้าใจ และ ประสบการณ์ของแต่ละคน บางความหมายมุ่งเน้นไปที่การอธิบายกระบวนการของ การจัดการความรู้ว่า มีกระบวนการใดบ้าง บางความหมายเป็นแนวคิดเชิงนามธรรมที่พยายาม มุ่งไปสู่รูปธรรม จากการศึกษาความหมาย การจัดการความรู้ได้มีผู้ให้ความหมาย หรือ คำจำกัดความไว้หลากหลาย ดังนี้

ประเวศ วะสี (2545, น. 21) กล่าวว่า การจัดการความรู้หมายถึงการจัดการให้มี การรับรู้จริง สร้างความรู้สังเคราะห์ความรู้ให้เหมาะสมกับการใช้งานนำความรู้ไปใช้ ในการปฏิบัติ (Action Knowledge) มีการเรียนรู้ (Learning) ในการปฏิบัติมีการสร้างความรู้ ในการปฏิบัติมีการ ประเมินผลการปฏิบัติมีการเอาผลการประเมินมาสู่การเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อยกระดับปัญญาของผู้ที่ เกี่ยวข้องทั้งหมดเอาปัญญากระดับกลับไปใช้ในการปฏิบัติ เช่นนี้วนกลับมาซ้ำแล้วซ้ำอีกทวนรอบ ปัญญาและการปฏิบัติก็จะดีขึ้นเรื่อยๆ ในกระบวนการนี้ มีการสร้างนักสร้างความรู้ (นักวิจัย) สร้างนัก จัดการความรู้การอบรมและการสร้าง เครือข่ายเพิ่มขึ้นตลอดเวลา (Expand Network)

บุญดี บุญญากิจ, ยุวดี เกตสัมพันธ์ และสมใจ เนียมหอม (2547, น. 3) กล่าวว่า การ จัดการความรู้เป็นกระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อ องค์กร โดยผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การสร้าง รวบรวม แลกเปลี่ยน และใช้ ความรู้เป็นต้น

พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547, น. 32) กล่าวว่า การจัดการความรู้ คือ กระบวนการ อย่าง เป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูลสารสนเทศความคิด การกระทำ ตลอดจน ประสบการณ์ของ บุคคลเพื่อสร้างความรู้หรือนวัตกรรมแล้วจัดเก็บไว้ในลักษณะของ แหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึง ได้ โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ที่องค์กรได้จัดเตรียมไว้เพื่อ นำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ใน การปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและการถ่ายโอน ความรู้และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะ แพร่กระจาย และไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนา ผลผลิตและองค์กร

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2548 (2548, น. 232) บัญญัติความหมาย ของความรู้ว่า คือ สิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้าหรือประสบการณ์ รวมทั้งความ สามารถเชิงปฏิบัติและทักษะ ความเข้าใจหรือ สารสนเทศที่ได้รับมาจาก ประสบการณ์ สิ่งที่รับมา จากการได้ยิน ได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

วิจารณ์ พานิช (2548, น. 105-106) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรม ที่ซับซ้อน และกว้างขวาง ซึ่งเป็นการยากที่จะนิยามด้วยถ้อยคำสั้นๆ การจัดการความรู้ คือ การรวบรวมการจัดระบบการจัดเก็บและการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้โดยใช้ เทคโนโลยีด้านข้อมูล เช่น ระบบเครือข่าย (Network) คอมพิวเตอร์มาเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลัง ในการจัดการความรู้เมื่อจัดเก็บความรู้ อย่างเป็นระบบแล้วก็ต้องดำเนินการจัดการแบ่งปัน ความรู้ (Knowledge Sharing) ทำให้ความรู้ เป็นเรื่องที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้อย่าง เท่าเทียมกันมากขึ้น นอกจากนี้การจัดการความรู้ยัง ต้องการผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามา ช่วยประยุกต์ใช้ความรู้นั้นเพื่อสร้างนวัตกรรมและนำความรู้นั้นไปต่อยอดสร้างประโยชน์ ต่อสังคมวงกว้าง ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็นเครื่องมือในการนำ สติปัญญาของชาติ หรือองค์กรมาเพิ่มพลัง ซึ่งนับว่าเป็นกระบวนการที่จำเป็นสำหรับสังคมในยุคสังคม เศรษฐกิจฐานความรู้ องค์กร สังคม และประเทศใดที่มีความสามารถในการจัดการความรู้ ก็จะมี ความสามารถในการแข่งขันสามารถปรับตัวนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้นทั้งตัวบุคคล เครือข่าย ขององค์กรจะต้องเสริมสร้างทักษะเพื่อดำเนินการจัดการความรู้และจัดการอย่าง ต่อเนื่องอย่างเป็น พลวัต (Dynamic and Lifelong Learning) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันอย่าง ยั่งยืนสืบต่อไป

เสนห์ จุ้ยโต (2550, น. 2) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความรู้ เช่น การดึงคว้า (Capture) ความรู้ มาจากทั้งภายในและภายนอก องค์กรเราแล้ว นำมาถล่มกรองตรวจสอบเลือกเฉพาะความรู้ที่ถูกต้องไปใช้แล้ววนกลับมา เป็นข้อมูล (Data) เพื่อที่จะ เกิดปัญหาใหม่เป็นวงจรที่ไม่รู้จบและต้องมีการพัฒนางาน พัฒนาองค์กรพัฒนาคน และพัฒนาความรู้ ไปด้วยกันเป็นวงจรที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและการเป้าหมายขององค์กรด้วย

Davenport and Prusak (2000, p. 24) กล่าวว่า การจัดการรู้นั้นเป็นกุญแจ สำคัญแห่งความสำเร็จในการได้มาของความรู้ที่เหมาะสมเพื่อบุคคลที่เหมาะสม ณ เวลา ที่ถูกต้องและ ช่วยให้บุคคลได้แลกเปลี่ยนและใช้ข้อมูลสารสนเทศร่วมกันในการปฏิบัติงาน และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจาก การรวมพลัง (Synergy) กันระหว่างบุคลากร

Kucza (2001) ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การ จัดกระบวนการของการสร้างความรู้การจัดเก็บและการแบ่งปันความรู้รวมถึงการระบุ สภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการและการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่จะส่งผล กระทบต่อการจัดการความรู้ ให้ดีขึ้นเพื่อบรรลุถึงความต้องการ

Sveiby (2003) กล่าวว่า การจัดการความรู้แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบุคคล และ ระดับองค์กร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ความรู้ในระดับบุคคลนั้นทางด้านเทคโนโลยีจำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ ทางปัญญาประดิษฐ์ (ai-specialist) และผู้เชี่ยวชาญทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ (e-specialist) ส่วนกระบวนการของความรู้ทางบุคคลจำเป็นต้องอาศัยนักจิตวิทยา

2. องค์ความรู้ในระดับองค์กรทางด้านเทคโนโลยีนั้นจำเป็นต้องปรับโครงสร้างใหม่ทั้งหมด (re-engineers) และกระบวนการของความรู้ทางบุคคลนั้นอาศัยนักทฤษฎีองค์กร (Organization theorists) เข้ามามีส่วนร่วม

Wiig (2005) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์และโครงสร้างแหล่ง รวบรวมความรู้และข้อมูลต่างๆ เนื่องมาจาก Intellectual นั้น หมายถึง การศึกษาของมนุษย์ ประสบการณ์ และความชำนาญ และความรู้ภายนอกนั้นขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรและ กระบวนการของเทคโนโลยี ที่นำมาใช้ส่วนเป้าหมายที่จัดการความรู้นั้นก็คือ เพื่อพัฒนา ให้คนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถทำงานได้เป็นกลุ่มมีการตัดสินใจที่เฉียบคม รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

จากความหมายของนักวิชาการข้างต้น พอสรุปได้ว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management-KM) หมายถึง กระบวนการในการจัดการเชิงระบบของความรู้ ตั้งแต่การแสวงหา การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลไปสู่สารสนเทศเพื่อให้เกิดองค์ความรู้และปัญญาทาง ปฏิบัติตลอดจน การสร้าง จัดระเบียบ แลกเปลี่ยนความรู้ และมีการจัดเก็บความรู้ในลักษณะ ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางที่สะดวก เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ทำงาน ทำให้เกิดการโอนถ่ายความรู้และมีการแพร่กระจายความรู้กันอย่างต่อเนื่องไปทั้งองค์กร โดยมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องอย่างตลอดชีวิต และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปจัดเก็บในลักษณะ ของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อยอด เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรม อันจะเพิ่มมูลค่าและคุณค่าในองค์กรทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคสังคม บนฐานความรู้

2.1.2 ความสำคัญของการจัดการความรู้

สังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society) องค์กรต่างให้ความสำคัญกับความรู้ ซึ่งเปรียบเสมือนทุนที่สำคัญขององค์กร นั่นคือ เป็นทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้เกิด ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญเติบโต ซึ่งจากการศึกษาของ พรพิมล หารษาภิรมย์โชค (2550) ได้สรุปถึงความสำคัญของ การจัดการความรู้ ดังนี้

1. เป็นระบบที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างความรู้จนนำไปสู่การผลิตและพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเององค์กรและประเทศซึ่งจะส่งผลทำให้เกิด การได้เปรียบในการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และระบบการศึกษา

2. เป็นระบบที่ช่วยพัฒนาระบบการเรียนรู้ของบุคคล กลุ่ม และองค์กรโดยมี รูปแบบ ที่ช่วยในการแสวงหาความรู้ของบุคคลสามารถทำได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการจัดการ ความรู้ช่วยทำให้องค์กรต่างๆ สามารถจัดเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไว้อย่างเป็นระบบและอยู่ใน ลักษณะของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

3. เป็นระบบที่มีการเผยแพร่ความรู้ของบุคลากรในองค์กรจนนำไปสู่การสร้าง ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice-CoP) ที่ทำหน้าที่ในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม และความรู้ขององค์กรซึ่งเป็น ศูนย์กลางสำหรับการจัดการ ความรู้

4. เป็นระบบที่มีความสำคัญต่อความก้าวหน้าในการเชื่อมโยงความรู้ข้ามแดน ระหว่างองค์กรกับองค์กร องค์กรกับบุคคล และบุคคลกับบุคคล โดยการติดต่อสื่อสาร ในระบบ เฉพาะเพื่อช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการใหม่ ตลอดจนระบบงานใหม่

Scheimerhom (2002, น. 82-83) กล่าวว่า ความสำคัญของการจัดการความรู้ว่า เป็น กลยุทธ์ขององค์กรซึ่งจะก่อให้เกิดงานด้านการบริหารในรูปแบบใหม่ โดยมีผู้บริหาร ด้านการจัดการ ความรู้ (Chief Knowledge Office - CKO) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนิน กิจกรรมตาม กระบวนการเรียนเพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรโดยมีการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ตลอดจนมี การจัดการที่ดีเพื่อยกระดับให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ทักษะปัญญา เช่น สิทธิบัตรต่างๆ และทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Assets) ก็เป็น สิ่งที่สำคัญและมีค่าเกินกว่าที่จะประเมินได้

สำหรับการจัดการความรู้ซึ่งเป็นกระบวนการ องค์กรมีความสามารถในการปรับตัว และ เพื่อความอยู่รอดในสภาวะที่เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยมีกระบวนการ จัดการความรู้ที่ ประกอบด้วยการจัดการความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรผ่านไปยังการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น ในองค์กร การจัดการความรู้ของ องค์กร Know-How และ Know-What ผ่านการสร้างสรรค์ การรวบรวม การเก็บรักษา การกระจาย และการประยุกต์ใช้ความรู้

Halawi, Aronson, and McCarthy (2005, pp. 80-81) กล่าวถึง ความรู้ขององค์กร ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งควรมีลักษณะดังนี้การนำการจัดการความรู้ไป ปฏิบัตินั้นต้องมีความเข้าใจและพัฒนาองค์ประกอบที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ในการสนับสนุนการ แสวงหาความรู้ การจัดการ และการถ่ายโอนความรู้ที่อยู่ในตัวคน และความรู้ที่ชัดเจนสิ่งสำคัญ 3 ประการ คือ คน กระบวนการ และเทคโนโลยีที่เป็นโครงสร้าง พื้นฐาน นวัตกรรมจะทำให้สินทรัพย์ ขององค์กรเพิ่มคุณค่าและเกิดความได้เปรียบ ในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สิ่งสำคัญ คือ การสร้าง วัฒนธรรมในการแบ่งปันความรู้ในองค์กร การจัดการความรู้เปรียบเสมือนระบบเชิงเทคนิคทางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ที่อยู่ในตัวคนและความรู้ที่ชัดเจน ซึ่งจะถูกลบเคลื่อนโดยการบูรณาการเครื่องมือ

ทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการทางธุรกิจ มนุษย์ และสังคมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และนวัตกรรม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้ เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และเป็นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างความรู้ จนนำไปสู่การผลิตและพัฒนา นวัตกรรมต่างๆ รวมทั้งช่วยพัฒนาระบบการเรียนรู้และ เผยแพร่ความรู้ของบุคลากรภายในองค์กรด้วย

2.1.3 รูปแบบการจัดการความรู้

ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ในองค์กรที่มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งมี ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศได้นำเสนอกระบวนการจัดการความรู้ ที่มีหลากหลาย โดยมีการแตกประเด็นรายละเอียดในส่วนของขั้นตอนไปตามกรอบแนวคิด ของแต่ละคน สรุปได้ ดังนี้

Marquardt (2002, pp. 27-30) ได้แบ่งกระบวนการจัดการความรู้ออกเป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นการแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์และมีผลต่อการดำเนินการขององค์กรที่ได้มาจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร

1.1 การแสวงหาความรู้ภายนอกองค์กร (External Collection of Knowledge) เช่น การเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) กับองค์กรอื่นๆ การจ้างที่ปรึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ การติดตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี การรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า คู่แข่ง และแหล่งข้อมูล การจ้างทีมงานใหม่ การร่วมมือกับ องค์กรอื่นๆ และการสร้างพันธมิตร และรูปแบบความร่วมมือต่างๆ

1.2 การแสวงหาความรู้ภายในองค์กร (Internal Collection of Knowledge) เป็นความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคลในองค์กร เช่น การให้ความรู้กับบุคลากร เช่น การสอนงาน การฝึกอบรม การสัมมนา การประชุม การแสดงผลงาน ระบบพี่เลี้ยง เป็นต้น การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการลงมือปฏิบัติ การสนับสนุนในการเปลี่ยนแปลง กระบวนการปฏิบัติงานใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) เป็นการสร้างความรู้ทั้ง 2 ประเภท ทั้งความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่ชัดแจ้ง ความรู้ทั้ง 2 ประเภท สามารถอธิบาย ด้วยวิธีการ 4 แบบซึ่งแต่ละแบบได้รับการนำมาใช้ในการสร้างความรู้ ประกอบด้วย

2.1 การสร้างความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคลไปเป็นความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคล (Tacit to Tacit Creation of Knowledge) เป็นความรู้ที่เติบโตขึ้นโดยบุคคลหนึ่งได้ถ่ายทอด ความรู้ไปยังอีกคนหนึ่ง เช่น การถ่ายทอดความรู้จากการทำงานจากผู้บังคับบัญชาอย่าง ใกล้ชิด

2.2 การสร้างความรู้ที่ชัดเจนไปเป็นความรู้ที่ชัดเจน (Explicit to Explicit Creation of Knowledge) เป็นการผสมผสานและสังเคราะห์ความรู้ที่ชัดเจน เช่น การรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลขององค์กร การสร้างความรู้แบบนี้มีข้อจำกัดสำหรับการสร้างความรู้ใหม่ๆ เพราะมุ่งให้ความสนใจความรู้ที่ปรากฏในองค์กร

2.3 การสร้างความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคลไปเป็นความรู้ที่ชัดเจน (Tacit to Explicit Creation of Knowledge) การสร้างความรู้จะเกิดขึ้นเมื่อนำความรู้ที่ปรากฏอยู่มาเพิ่มเติมกับความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคล เช่น ผู้จัดการองค์กรใช้ความรู้ที่ฝังลึกมาปรับกับระบบใหม่ เพื่อนำมาควบคุมการทำงานประมาณสำหรับองค์กร เป็นต้น

2.4 การสร้างความรู้ที่ชัดเจนเป็นความรู้ที่ฝังลึก (Explicit to Tacit Creation of Knowledge) การสร้างความรู้แบบนี้เกิดขึ้นเมื่อความรู้ที่ชัดเจนซึ่งจะเกิดขึ้นใหม่ถูกรวบรวมไว้และบุคลากรในองค์กรได้นำความรู้ที่ชัดเจนมาเรียนรู้เพื่อออกแบบความรู้ที่ฝังลึก นอกจากนี้ ยังมีเครื่องมือการจัดการความรู้อื่นๆ เช่น การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning) การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Systematic Problem Solving) การทดลอง (Experimentation) การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Learning From Past Experiences) เป็นต้น

3. การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) เป็นกระบวนการด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ เช่น การสร้างและการจดจำส่วนบุคคล และการสร้างความสัมพันธ์ ตลอดจนการกักเก็บความรู้ที่สามารถ ค้นหา และเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งควรดำเนินการ ดังนี้

3.1 โครงสร้างและการจัดเก็บความรู้ ควรเป็นระบบที่สามารถค้นหา และเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

3.2 จัดให้มีการจำแนกรายการต่างๆ เช่น ข้อเท็จจริง นโยบาย หรือขั้นตอน ในการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานความจำเป็นในการเรียนรู้

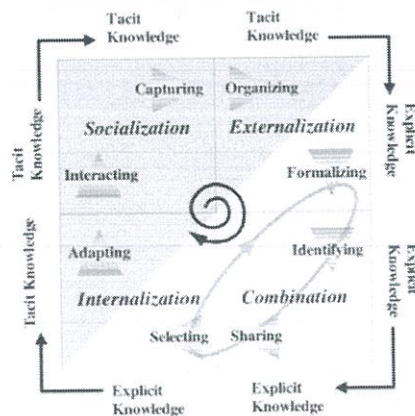
3.3 มีการจัดการที่สามารถส่งมอบได้อย่างถูกต้องตรงเวลาและเป็นการอำนวยความสะดวกไปยังบุคคลที่ต้องการความรู้นั้นจริงๆ

4. การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (Knowledge Transfer and Utilization) เป็นการถ่ายทอดและกระจายความรู้อย่างรวดเร็วทั่วทั้งองค์กร ซึ่งการถ่ายทอดและการใช้ ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์โดยวิธีการที่ความรู้ ถูกถ่ายทอดออกไประหว่างบุคคลทั้งที่เจตนาและไม่เจตนา

4.1 การถ่ายทอดความรู้โดยเจตนา มีวิธีการ คือ (1) บุคคลสื่อสารด้วยการเขียน เช่น บันทึก รายงาน จดหมาย ประกาศ (2) การฝึกอบรม (3) การประชุมภายใน (4) การสรุปข่าวสาร เช่น สิ่งพิมพ์ (5) การสื่อสารภายในองค์กร และ (6) การหมุนเวียนงาน เป็นต้น

4.2 การถ่ายทอดความรู้โดยเจตนา มีวิธีการ คือ (1) ประสบการณ์การเล่าเรื่อง ต่างๆ (2) การหมุนเวียนงาน และ (3) เครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น ซึ่งต่อมา ในปี ค.ศ. 2002 Marquart (2002, pp. 142-146) ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบย่อยของกระบวนการ จัดการความรู้ อีก 2 องค์ประกอบ โดยสรุป คือ (1) การวิเคราะห์และทำเหมืองความรู้ (Knowledge Analysis and Data Mining) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้องค์กรสามารถ เข้าใจข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง มีการจัดเก็บข้อมูลและนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ และสามารถแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนได้โดยมีการพัฒนาซอฟต์แวร์เป็นเครื่องมือในการทำเหมืองความรู้ และ (2) การประยุกต์ใช้ความรู้และความถูกต้อง เพียงตรง (Knowledge Application and Validation) เป็นการสร้างวงจรแห่งความเอียงต่อเนื่อง และสามารถ นำความรู้และประสบการณ์ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างเต็มที่

โมเดลการสร้างความรู้ของ Nonaka et al. (2001, p. 155) การสร้างความรู้เป็นสิ่ง ที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เป็นกระบวนการของการอยู่เหนือตนเองความรู้จะถูกสร้างจากการมี ปฏิสัมพันธ์ทั้งในระดับเล็ก (Micro) และระดับใหญ่ (Macro) Nonaka และคณะ ได้เสนอโมเดลของ การสร้างความรู้ คือ SECI Process ขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงความรู้ องค์กรมีการสร้างความรู้ ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่ชัดเจนและความรู้ที่เป็นนัย ซึ่งสามารถเรียกปฏิสัมพันธ์ของ ความรู้ทั้ง 2 แบบนี้ว่า “การเปลี่ยนแปลงความรู้” (Knowledge Conversion) โดยผ่านกระบวนการ ของการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่เป็นนัย และความรู้ที่ชัดเจน โดยที่กระบวนการของการเปลี่ยนแปลง ความรู้นี้จะมี 4 ขั้นตอน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องเป็นวงจร ดังนี้



ภาพที่ 2.1 SECI Process. By Nonaka et al. (2001). Retrieved from

<http://www.nwlink.com~donclark/historyknowledge/nonaka.html>.

1. การแลกเปลี่ยนความรู้ (Socialization : From Tacit to Tacit) เป็นกระบวนการของการปรับเปลี่ยนความรู้ที่เป็นนัยผ่านการแบ่งปันประสบการณ์เพราะว่าความรู้ที่เป็นนัยเป็นสิ่งที่ยากที่จะจัดการ ความรู้ที่เป็นนัยได้มาโดยผ่านการแบ่งปันประสบการณ์ เช่น การใช้เวลาด้วยกัน หรืออยู่ด้วยกันในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน กระบวนการนี้เกิดขึ้นในการฝึกฝนแบบดั้งเดิมที่ผู้ฝึกงานเรียนรู้ความรู้ที่เป็นนัยจากความเชี่ยวชาญของตนเองโดยผ่านประสบการณ์ในการลงมือทำมากกว่าการเรียนรู้ จากคู่มือหรือหนังสือ ดังนั้นสิ่งสำคัญของกระบวนการนี้ จึงเป็นประสบการณ์ (Experience) ซึ่งอาจเกิดจากการสังเกต การลอกเลียนแบบ การฝึกหัดและฝึกฝนจากผู้เชี่ยวชาญ และการลงมือปฏิบัติ เช่น บุคลากรใหม่จะเรียนรู้จากบุคลากรที่มีประสบการณ์ผ่านการฝึกอบรมแบบ On the job training ดังนั้นความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนนี้จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Sympathetic Knowledge” หรือความรู้ในลักษณะเห็นพ้องต้องกัน

2. การสกัดความรู้จากบุคคล (Externalization : From Tacit to Explicit) เป็นกระบวนการของความรู้ที่เป็นนัยที่เปลี่ยนไปเป็นความรู้ที่ชัดเจนอย่างมีความหมาย เมื่อความรู้ที่เป็นนัยสร้างความรู้ที่ชัดเจน ความรู้ก็จะตกผลึก ดังนั้นการแบ่งปันความรู้กับผู้อื่น ก็จะกลายมาเป็นความรู้ใหม่ ตัวอย่างของกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้ เช่น การสร้างแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือวงจรของการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำให้บุคลากรมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยการสะสมความรู้ที่เป็นนัยอย่างมีความหมายตลอดปีของการทำงาน กระบวนการนี้จึงเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสร้างความรู้ เพราะเป็นขั้นตอนที่ความรู้ที่เป็นนัยถูกทำให้เป็นความรู้ที่ชัดเจนโดยผ่านการอุปมา เปรียบเทียบ และรูปแบบ ดังนั้นความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นในกระบวนการนี้จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Conceptual Knowledge” หรือความรู้ที่เกี่ยวกับการสร้างความคิดและแนวคิด

3. การจัดระบบความรู้ (Combination : From Explicit to Explicit) เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ชัดเจนเข้าไปสู่ความรู้ที่ชัดเจนที่ซับซ้อนมากขึ้น และเป็นระบบความรู้ที่ชัดเจนจะถูกเก็บรวบรวมจากภายในหรือภายนอกองค์กร และมีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันมีการแก้ไขหรือประมวลผลเพื่อสร้างความรู้ใหม่ ความรู้ใหม่ที่ชัดเจนนี้จะถูกเผยแพร่ท่ามกลางสมาชิกขององค์กร เช่น การแลกเปลี่ยนเอกสาร การประชุม การพบปะสังสรรค์ การสนทนาทางโทรศัพท์ เครือข่ายการติดต่อสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ดังนั้นความรู้ใหม่ขององค์กรจึงเกิดขึ้นจากการจัดองค์ประกอบใหม่ของสารสนเทศที่มีอยู่ผ่านการแยกประเภท การเพิ่มเติม การประกอบเข้าด้วยกัน และการจัดหมวดหมู่ของความรู้ที่ชัดเจนหรือการรวมส่วนต่างๆ ที่ไม่ต่อเนื่องของความรู้ที่ชัดเจนเข้าด้วยกันนั่นเอง ความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นจึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Systematic Knowledge” หรือความรู้ที่เป็นระบบ

4. การดึงความรู้ไปใช้ (Internalization : From Explicit to Tacit) เป็นกระบวนการของการเปลี่ยนความรู้ที่ชัดแจ้งที่เป็นรูปร่างไปสู่ความรู้ที่เป็นนัย ความรู้ที่ชัดแจ้งที่สร้างขึ้นจะถูกแบ่งปันโดยตลอดทั้งองค์กร และเปลี่ยนแปลงไปสู่ความรู้ที่เป็นนัยในแต่ละบุคคล กระบวนการนี้มีความใกล้เคียงกับการเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Learning by Doing) ความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นจึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Operational Knowledge” หรือความรู้เชิงปฏิบัติการ

การจัดการความรู้ของ Demarest (1997, p. 378) ได้แบ่งกระบวนการจัดการความรู้เป็นการสร้างความรู้ (Knowledge Construction) การเก็บรวบรวมความรู้ (Knowledge Embodiment) การกระจายความรู้ไปใช้ (Knowledge Dissemination) และการนำความรู้ไปใช้ (Use) สำหรับแนวคิดของ Davenport, DeLong, and Beers (1998, pp. 45-47) ได้แบ่งกระบวนการจัดการความรู้ ออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. การสร้างความรู้ ที่ได้มาจาก 3 แหล่ง คือ ความรู้จากภายนอก ความรู้และประสบการณ์ของบุคลากรในองค์กร และความรู้จากกิจกรรมองค์กรหรือความรู้เปิดเผย ที่องค์กรสร้างขึ้น
2. การแลกเปลี่ยนความรู้หรือการแบ่งปันความรู้ มุ่งที่คน กลุ่มคน การแลกเปลี่ยนความรู้หรือการแบ่งปันความรู้จะต้องไม่ใช่เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวแต่ต้องมีการใช้คนด้วย เช่น การประชุม อบรม สัมมนา การสร้างเครือข่าย การประชุมทางไกล การแลกเปลี่ยน ความรู้ หรือการแบ่งปันความรู้ไม่ใช่เป็นเรื่องของธรรมชาติ แต่ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนและต้องใช้เวลาอีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้ ช่วยเพิ่มพูนความสามารถ และทักษะของบุคลากรด้วย
3. การยกระดับความรู้ ต้องพัฒนาอย่างก้าวกระโดด หลักการที่สำคัญของการยกระดับความรู้ก็คือ จะทำอย่างไรจึงจะทำให้คนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม
4. การเก็บความรู้ ต้องจัดการให้ความรู้เป็นเสมือนหนึ่งสินทรัพย์ขององค์กร ในฐานะที่ความรู้เป็นสินทรัพย์เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญต่อการแสดงงบบุคลากร
5. การนำความรู้ไปใช้ ความรู้ที่ถูกจัดเก็บไว้จะไม่ได้ประโยชน์ หากไม่มีการนำไปใช้ให้แพร่หลายเพื่อประโยชน์ในการเพิ่มความสามารถและทักษะของบุคลากร การเพิ่มผลผลิต บริการ และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าขององค์กรเพิ่มขึ้น

Beesley and Cooper (2008, p. 50) ได้กล่าวถึง แนวโน้มการศึกษาวิจัยด้านการจัดการความรู้จะเปลี่ยนโดยจะให้ความสำคัญกับทางด้านจิต (Psychological View) ซึ่งมุ่งศึกษา ความรู้ที่จัดเก็บภายในตัวบุคคลเป็นการสังสมเป็นประสบการณ์โดยมีกิจกรรมการจัดการความรู้จะครอบคลุมใน 4 ประเด็น ประกอบด้วย (1) การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) หมายถึง ความรู้เกิดขึ้นจากความอยากรู้ (Curiosity) หรือการตอบสนองต่อปัญหาหรือการสังเกตการณ์เปรียบเทียบ

ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงต่างๆ เพื่อสร้างหนทางใหม่ๆ ในการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (2) การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) (3) การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) ครอบคลุมถึงประเด็นการสื่อสาร ความรู้ไปยังผู้อื่นอย่างเข้าใจตรงกัน และ (4) การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Adoption) หมายถึงการนำความรู้ไปใช้สร้างผลิตภัณฑ์บริหารตลาดและกระบวนการทำงานใหม่ ๆ วิจารณ์ พาณิช (2548, น. 10-11) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมการจัดการ เพื่อให้มีการนำความรู้มาใช้ประโยชน์ประกอบด้วย

1. การกำหนดความรู้ที่ต้องการใช้ (Define) เป็นการนำความมุ่งมั่นวิสัยทัศน์พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรมากำหนดความรู้ที่ต้องการใช้เพื่อให้มีการจัดการ ความรู้ มีจุดเน้นไม่สร้างความสับสน
2. การเสาะหาและยึดกุมความรู้ (Capture) เป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการเสาะหาและยึดกุมความรู้ที่กระจัดกระจายหรือแฝงอยู่ตามที่ต่างๆ มาใช้ประโยชน์ ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอจนเกิดทักษะและความชำนาญในการเสาะหาและยึดกุมแหล่ง ของความรู้ที่จะเสาะหา อาจจะมาจกภายนอก (คู่แข่งคู่ค้าผู้ที่เป็นเลิศวิธีการหลักการ หรือจากผู้ที่ทำงานด้วยกันในองค์กร)
3. การสร้างความรู้ (Create) ในมุมมองเดิมความรู้จะต้องสร้างโดยผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ ในมุมมองใหม่ความรู้เกิดขึ้นทุกจุดของการทำงาน โดยทุกคนที่ทำงานเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในสมอง ซึ่งอาจจะพูดออกมาไม่ได้การสร้างความรู้อาจทำได้ทั้งก่อนลงมือทำระหว่าง การทำงานและสรุป ประมวลประสบการณ์หลังจากการทำงานในการสร้างความรู้ไม่จำเป็น ต้องสร้างใหม่ทั้งหมด 100% อาจเริ่มจาก 10-20% ก็ได้
4. การกลั่นกรอง (Distill) ความรู้บางอย่างเป็นสิ่งล้ำสมัยบางอย่างเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับบริบทหรือสภาพแวดล้อมสำหรับเราจำเป็นต้องมีการกลั่นกรองเพื่อนำความรู้ที่เหมาะสมมาใช้
5. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Share) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพราะ แต่ละคนมีมุมมองต่อความรู้ไม่เหมือนกันต้องมาแลกเปลี่ยนมิฉะนั้นจะเก็บอยู่ในตัวไม่มีการยกระดับ ความรู้ถ้าขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่จะเก่าล้าสมัยอย่างรวดเร็ว ไม่อองงามยิ่งแลกเปลี่ยนมากก็ ยิ่งได้กำไรมากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นสิ่งยากที่สุด คนไม่ยอมแลกเปลี่ยนเพราะกลัวขาดทุน กลัว เสียเปรียบ ต้องสร้างเงื่อนไขและกติกา ที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนการแบ่งปันให้เกิดประโยชน์แก่ผู้มี พฤติกรรมแบ่งปันความรู้ และไม่ให้ผลประโยชน์แก่ผู้มีพฤติกรรมกักตุนหรือปกปิดความรู้
6. การประยุกต์ใช้ความรู้ (Use) ทำให้เกิดผลจากการใช้ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการพัฒนากระบวนการทำงานพัฒนาสมาชิกองค์กรและมีผลเชิงป้องกันกลับ ต่อขั้นตอนการ จัดการความรู้ที่กล่าวมาการใช้ความรู้ต้องเน้นที่การเอาความรู้มาใช้ ในการทำงานให้มากอย่าเริ่มด้วย การหาความรู้มาใส่ไว้ในคอมพิวเตอร์ ซึ่งเสี่ยงมาก ที่จะไม่เกิดประโยชน์ไม่คุ้มค่า

กิจกรรมการจัดการความรู้ทั้ง 6 ขั้นตอนมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันและกัน เป็นวงจรมิใช่ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงก่อนและหลังแต่เป็นวัฏจักรที่หมุนเวียนผลิตซ้ำ พัฒนาและยกระดับขึ้นไปไม่มีที่สิ้นสุด

บุญดี บุญญากิจ และคนอื่นๆ (2547, น. 54-58) กล่าวถึงกระบวนการจัดการความรู้ว่า สิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการในลำดับแรก คือ ต้องทราบว่าจะจัดการความรู้เพื่ออะไร ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ของการจัดการความรู้ก่อนเพื่อเป็นกรอบทิศทาง ในการจัดการความรู้ให้เกิดความล้มเหลวในภายหลัง วิสัยทัศน์ของการจัดการความรู้ จะต้องสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินธุรกิจและสามารถเชื่อมโยงกับกลยุทธ์องค์กรด้วย กระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่เกิดขึ้นในองค์กร ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาความรู้ (Knowledge Identification) เมื่อได้วิสัยทัศน์หรือเป้าหมาย (Desired State) ที่ต้องการสำหรับการจัดการความรู้แล้ว ขั้นตอนแรกที่ต้องดำเนินการ คือ การค้นหาความรู้ที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ซึ่งเป็นขั้นตอนในการค้นหา ว่าในองค์กรมีความรู้อะไรบ้าง รูปแบบใด อยู่ที่ใคร และความรู้อะไรบ้างที่องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อให้องค์กรวางขอบเขตการจัดการความรู้และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นขั้นตอน ในการดึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมารวมไว้เพื่อจัดทำเนื้อหา ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้สำหรับความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มีนั้น องค์กรอาจสร้างความรู้จากความรู้เดิมที่มีอยู่ หรือนำความรู้จากภายนอกองค์กรมาใช้ได้ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ขั้นตอนนี้ประสบความสำเร็จ คือ บรรยากาศและวัฒนธรรมขององค์กร ที่เอื้อให้บุคลากรกระตือรือร้นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นขั้นตอน ในการจัดทำ สารบัญญและจัดแบ่งความรู้ประเภทต่างๆ เพื่อให้การรวบรวม การค้นหา และการนำไปทำซ้ำได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้โดยง่าย

4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงและประมวลผลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจและใช้ได้ง่าย โดยกำจัดความรู้ที่ไม่เกิดประโยชน์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Accessibility) เพื่อให้ผู้อื่นเข้าถึงและใช้ประโยชน์ จากความรู้ได้ องค์กรต้องมีวิธีการในการจัดเก็บ และกระจายความรู้ โดยทั่วไปการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้มี 2 ลักษณะ คือ

5.1 Push การป้อนความรู้ เป็นการส่งข้อมูลหรือความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียน

5.2 Pull การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ โดยผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูลหรือความรู้ที่ต้องการเท่านั้น

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) เป็นขั้นตอนในการนำความรู้ ที่ได้จัดเก็บมาเผยแพร่แบ่งปันและแลกเปลี่ยนกัน มี 2 ลักษณะ ดังนี้

การแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) วิธีที่นิยม เช่น การจัดทำเป็นเอกสาร วิดีโอหรือวีซีดี ทั้งนี้การจัดทำฐานความรู้โดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศจะทำให้สามารถเข้าถึงความรู้ได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้นการแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในคน (Tacit Knowledge) สามารถทำได้หลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการและวัฒนธรรมองค์กร ส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีผสมผสานเพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก ดังนี้ (1) ระบบทีมข้ามสายงาน (2) Innovation & Quality Circles (IQCs) (3) ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice -CoP) (4) ระบบ พี่เลี้ยง (Mentoring System) (5) การสลับเปลี่ยนงาน (Job Rotation) และ (6) การยืมตัวบุคลากร มาช่วยงาน (Secondment)

7. การเรียนรู้ (Learning) วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการจัดการความรู้ คือ การเรียนรู้ ของบุคลากรและการนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาและปรับปรุงองค์กร การเรียนรู้ของบุคลากรจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ขึ้น ซึ่งจะไปเพิ่มพูนองค์ความรู้ ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้มากขึ้นเรื่อยๆ ความรู้นี้จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ใหม่อีก เป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุดหรือเรียกว่า “วงจรการเรียนรู้”

จากการศึกษาของ พรพิมล ھرรชฌาภิรฌมยัชค. (2550) ได้เสนอรูปแบบการจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานภาครัฐประกอบด้วย 7 ขั้นตอน สรุปได้ ดังนี้

1. การกำหนดความรู้ หมายถึง การพิจารณาของผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้เพื่อระบุว่าความรู้อะไรบ้างที่บุคลากรในหน่วยงานจำเป็นต้องรู้ และความรู้เหล่านั้นอยู่ในรูปแบบใด อยู่กับใครบ้าง โดยพิจารณาถึงวิสัยทัศน์ พันธะกิจ เป้าหมายของหน่วยงาน โดยความรู้ที่สำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ ลูกค้า ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ประสบการณ์ความรู้ที่องค์กรสั่งสม และความรู้เกี่ยวกับกระบวนการ ซึ่งความรู้เหล่านี้จะช่วยทำให้บุคลากรสามารถนำไปใช้ ในการพัฒนาตนเองพัฒนางานให้สามารถบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานได้ สำหรับประเภท ของความรู้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ (1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน (Tacit Knowledge) และ (2) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยการกำหนดความรู้จำเป็นต้องตระหนัก ถึงกรอบแนวทางการดำเนินใน 4 มิติ ได้แก่ (1) มุมมองในมิติด้านการเงิน (2)

มุมมอง ในมิติด้านลูกค้า (3) มุมมองในมิติด้านกระบวนการภายใน สำหรับกระบวนการทำงาน สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือประเภทแรก กระบวนการจัดการในด้านการปฏิบัติงาน (Operation Management) ประเภทสอง กระบวนการจัดการในด้านลูกค้า (Customer Management Process) ประเภทสาม กระบวนการในด้านนวัตกรรม (Innovation Processes) และประเภทสุดท้าย คือ กระบวนการในด้านกฎระเบียบในการปฏิบัติงาน และทางสังคม (Regulatory and Social Processes) และ (4) มุมมองในมิติการเรียนรู้และการพัฒนาเป็นกระบวนการสร้างคุณค่า (Value-Creating Process) จากทรัพย์สินที่จับต้อง ไม่ได้ ประกอบด้วย ด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ด้านทุนข้อมูลสารสนเทศ (Information Capital) และด้านทุนองค์กร (Organization Capital) สำหรับหน่วยงานภาครัฐมีวิธีการ ในการกำหนดความรู้

2. การแสวงหาความรู้ หมายถึง การค้นหาความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน โดยสามารถนำมาจากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งอาจจะเป็นแหล่งความรู้ที่มาจากตัวบุคคล เอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่างๆ สำหรับการศึกษด้วยตนเอง อาศัยตัวเองเป็นหลักในการค้นคว้าหาความรู้ ซึ่งแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ในแต่ละบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบ ความถนัด และลักษณะการทำงาน ดังนั้น การค้นคว้า หาความรู้จึงต้องอาศัยในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงาน เป็นต้น สำหรับหน่วยงานภาครัฐ มีวิธีการแสวงหาความรู้ คือ (1) การแสวงหาความรู้ภายในหน่วยงาน เป็นวิธีการ กระบวนการของบุคลากรที่ทำให้ตนเองได้ข้อมูลสารสนเทศและความรู้ใหม่ๆ มากขึ้น จากภายในหน่วยงาน โดยศึกษาจากเอกสารและเครื่องมือต่างๆ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูล จากเอกสารที่มีอยู่ในองค์กร สอบถามจากเพื่อนร่วมงาน รุ่นพี่ และผู้บังคับบัญชา รวมทั้ง จัดกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ และ (2) การแสวงหาความรู้ภายนอกหน่วยงาน วิธีการ กระบวนการของบุคลากรที่ทำให้ตนเองได้ข้อมูลสารสนเทศ และความรูใหม่ๆ มากขึ้น จากภายนอกหน่วยงาน โดยศึกษาจากเอกสารและเครื่องมือต่างๆ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูล จากเอกสารที่เผยแพร่ตามสื่อต่างๆ สอบถามจากหน่วยงานอื่นๆ และเข้าร่วมกิจกรรม กับหน่วยงานอื่นๆ

3. การสร้างความรู้ หมายถึง การนำความรู้ ทฤษฎี ประสบการณ์เดิมมาพัฒนาเป็นแนวคิดวิธีการปฏิบัติงานใหม่ๆ ที่สามารถพัฒนาระบบงานให้มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพสูงขึ้น เช่น เทคนิคการลดขั้นตอนของกรมขนส่งทางบกในการปรับรูปแบบ บริการต่อทะเบียนรถยนต์ แบบ One-Stop Service เป็นต้น

4. การจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ หมายถึง การวางแผนข้อมูลของหน่วยงานให้มี รูปแบบที่สามารถสืบค้นและง่ายต่อการนำไปใช้ โดยจัดระบบตามหลักวิธีการทำงาน เช่น กำหนดระบบข้อมูลจำแนกตามส่วนงานที่รับผิดชอบ ข้อมูลด้านการบริหารงานบุคคล ข้อมูลงานสารบรรณ

ข้อมูลงานพัสดุเป็นต้นโดยมีการวางโครงสร้างความรู้เพื่อเตรียมพร้อม สำหรับในการจัดเก็บความรู้ที่เหมาะสมสำหรับหน่วยงาน

5. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการ หรือกิจกรรมที่สร้างให้เกิดความสัมพันธ์อันก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรมในการเรียนรู้ โดยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการจัดการความรู้ เริ่มตั้งแต่การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ การนำ ความรู้ไปใช้ และการประเมินผล

6. การนำความรู้ไปใช้ หมายถึง กระบวนการเอาความรู้ที่ได้จากการพัฒนาปรับปรุงไปใช้ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงาน โดยทำให้ผู้ที่นำความรู้ไปใช้ เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ความเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมในเรื่องดังกล่าว ซึ่งต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงภายในหน่วยงาน เช่น ในเชิงวัฒนธรรมของ หน่วยงาน ผู้บริหารมีความใกล้ชิดกับผู้ใต้บังคับบัญชา สามารถสังเกตได้จากการเข้าร่วม กิจกรรมการประชุมแบบแนวราบที่ไม่ใช่การบังคับบัญชาของบุคลากร และในเชิงผลงาน สามารถนำไปปรับปรุงวิธีการปฏิบัติได้ทั้งในด้านการลดเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นต้น โดยหน่วยงานภาครัฐมีวิธีการนำความรู้ไปใช้

7. การติดตามและประเมินผล หมายถึง การติดตามความก้าวหน้า โดยสามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน ปัจจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่อการเปลี่ยนแปลงระดับถึงหลักฐานเชิงประจักษ์ที่บ่งบอกถึงผลผลิต ประสิทธิภาพ และ สิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลงบทเรียนที่ได้จากการดำเนินงาน และการประเมินผลที่มีการระบุ ผู้ที่จะนำผลการประเมินไปใช้อย่างไรและเมื่อไหร่ โดยจะต้องคำนึงถึงผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) ที่ได้จากการจัดการความรู้ ซึ่งสามารถทบทวนและประเมินผล ได้ตั้งแต่ก่อนการปฏิบัติ (Before Action Review-BAR) ระหว่างดำเนินการ (During Action Review-DAR) และหลังดำเนินการเรียบร้อยแล้ว (After Action Review-AAR) โดยมีการพิจารณาตั้งแต่ปัจจัยนำเข้าสำหรับการจัดการความรู้ (Input) กระบวนการจัดการความรู้ (Process) ผลผลิตจากการจัดการความรู้ (Output) และผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการความรู้ (Outcome)

อาจกล่าวสรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้งสามรูปแบบเป็นกรอบความคิดการจัดการความรู้ ที่มีองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน แต่อาจมีบางประการที่สลับสับเปลี่ยนกันไปตามความคิด ที่ได้จากการศึกษาวิจัยและการสังเคราะห์ของแต่ละรูปแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงได้กรอบความคิดแบบผสมผสาน (Prescriptive and Descriptive) ซึ่งมีส่วนที่สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการความรู้ของ Marquardt (2002, p. 45) ศึกษาถึงขั้นตอนเพื่อนำมาเป็นการพัฒนา รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

รูปแบบการจัดการความรู้ที่ Marquardt (2002, pp. 45-46) พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบของการจัดการความรู้ 6 องค์ประกอบ คือ

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) ในการแสวงหาความรู้เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน กล่าวว่าการแสวงหาความรู้คือ กระบวนการวิธีการเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ในการแสวงหาความรู้จากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยสิ่งสำคัญ 2 ประการในการแสวงหาองค์ความรู้ก็คือ (1) ข้อมูลที่ได้รับมาจากทั้ง ภายในและภายนอกต้องได้รับการกลั่นกรองก่อนที่จะนำมาใช้เป็นวัฒนธรรมประเพณี หรือการสร้างคุณค่าในองค์กร (2) การได้มาซึ่งความรู้อาจได้มาโดยไม่ตั้งใจแต่องค์กร ต้องแสวงหาองค์ความรู้ด้วยความตั้งใจให้มากขึ้นเท่าเดิม นอกจากนี้ Beaulieu (2001, p. 179) กล่าวว่า การแสวงหาองค์ความรู้คือ กระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จสู่องค์กร โดยอาจ ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญอินเทอร์เน็ต Searchengine ศูนย์ความรู้หนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยสรุปแล้ว การแสวงหาองค์ความรู้เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน คือ การนำเอาข้อมูลสารสนเทศและความรู้ที่มีอยู่ภายในและภายนอกองค์กรมากลั่นกรองและนำมาสร้างคุณค่า เช่น การสอนงาน การฝึกอบรมการสัมมนาการประชุมการแสดงผลงานระบบที่เลี้ยงการเรียนจากประสบการณ์ ตรงและการลงมือปฏิบัติการดำเนินการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ขององค์กร

2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) ในการสร้างความรู้เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน Senoh Juyto (2550, น. 2) กล่าวว่า องค์กรต้องสร้างองค์ความรู้ใหม่แสวงหาความรู้จาก ภายนอกแต่รักษาองค์ความรู้เก่าโดยกำจัดความรู้ที่ใช้อยู่ไม่ได้แล้ว เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2545, น. 11) กล่าวว่า การสร้างองค์ความรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ในองค์กรอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ให้องค์กรอีกด้วยและเหตุผลสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ หากองค์กรอยู่กับความรู้เดิมที่มี แนวโน้มจะล้าสมัยลงไปทุกขณะท่ามกลางโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง องค์กรจะไม่สามารถปรับตัวให้มีสมรรถนะในการดำเนินการที่เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนไปได้ ผู้บริหารจึงควรให้ความสนใจในการสร้างองค์ความรู้ให้กับองค์กรด้วย นอกจากนี้ Marquardt (2002, p. 148) กล่าวว่า การสร้างความรู้เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นการสร้างความรู้ใหม่เกี่ยวข้องกับแรงผลักดันสัญชาตญาณที่เกิดขึ้นเองในแต่ละบุคคล การสร้างองค์ความรู้ใหม่ควรอยู่ภายใต้หน่วยงานหรือคนในองค์กร ซึ่งหมายถึงทุกๆ คนสามารถ เป็นผู้สร้างองค์ความรู้ได้รูปแบบต่างๆ ในการสร้างองค์ความรู้ ได้แก่ (1) สร้างความรู้ โดยถ่ายทอดความรู้ที่ตนรู้นั้นกับผู้อื่น เช่น การทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด (2) สร้างความรู้ โดยนำความรู้และการสังเคราะห์ความรู้ที่มีอยู่ (3) สร้างความรู้โดยนำความรู้ที่องค์กร มีอยู่ ผสมกับความรู้แต่ละบุคคลให้เกิดเป็นความรู้ใหม่และแบ่งปันไปทั่วทั้งองค์กร (4) สร้างความรู้ที่เกิดขึ้นภายในบุคคลโดยที่สมาชิกขององค์กรค้นพบแนวทางได้เองจาก การดำเนินกิจกรรมขององค์กรเพื่อสร้างความรู้ (5) สร้างความรู้จากการเรียนรู้โดยปฏิบัติ

(6) สร้างความรู้จากการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Systematic Problem Solving) และ (7) สร้างความรู้จากการทดลองโดยมีแรงจูงใจจากกรณีโอกาสที่จะลงมือทำ Natarajan and Shekhar (2000, p. 23) กล่าวว่า การสร้างความรู้ หรือแนวคิดใหม่จากประสบการณ์ พบว่า เป็นเรื่องง่ายในการดึงเอาความรู้ที่มีอยู่แล้ว และปรับใช้ความรู้นั้นให้กลับมาเป็น ความรู้ใหม่ก็ถึงเป็นการสร้างความรู้ใหม่ได้เหมือนกัน การสร้างองค์ความรู้นั้นอาจเกิดขึ้น ผ่านการทำงานตามปกติของเราเช่นการเปลี่ยนความผิดพลาดที่เกิดเป็นบทเรียนแล้ว สะสมเป็นความรู้ขององค์กรการทบทวนผลการทำงานที่ผ่านมาแล้วสรุปเป็นบทเรียน ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวเป็นลายลักษณ์อักษรบันทึกในคู่มือการทำงาน การฝึกให้พนักงานสามารถทำวิจัยเชิงปฏิบัติการได้อย่างง่าย (Action Research) หรืออาจเป็นการสร้าง ความรู้ผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับภาคผลิตเพื่อผลิตนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการขององค์กรหรือการให้เงินสนับสนุน การวิจัยของมหาวิทยาลัยรวมถึงสถาบันต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนได้สิทธิเป็นผู้ใช้ผลวิจัยนั้น เป็นต้น (1) สร้างความรู้ผ่านการจัดทำคู่มือการทำงาน (2) สร้างความรู้ผ่านการเปลี่ยนแปลง ความผิดพลาดหรือทำความสำเร็จที่เกิดขึ้นเป็นบทเรียน (3) สร้างความรู้ผ่านกระบวนการวิจัย และพัฒนา และ (4) สร้างความรู้ผ่านความร่วมมือระหว่างองค์กรการสร้างเครือข่าย (Network) โดยสรุปแล้วการสร้างความรู้ หมายถึง การสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่อันเกิด จากแรงผลักดันการหยั่งรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล โดยผ่านหลายๆ กระบวนการ ที่สลับซับซ้อน วิจัย เชื่อมโยง และผสมผสานผนวกองค์ประกอบของความรู้ที่เคยเรียนรู้มาเข้าด้วยกันเพื่อสังเคราะห์เป็นความรู้ใหม่

3. การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) ในการจัดเก็บความรู้เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน เสน่ห์ จัยโต (2550, น. 2) กล่าวว่า การเก็บความรู้อย่างเป็นระบบ สามารถเข้าถึงความรู้ และนำมาใช้งานได้ง่ายในอนาคต เช่น การฝึกอบรมหนังสือเว็บบอร์ดหรือ Web board นอกจากนี้ Marquardt (2002, p. 145) กล่าวว่า การจัดเก็บความรู้คือการบันทึกฐานข้อมูล เป็นต้น รวมทั้งกระบวนการที่เกี่ยวกับคน ได้แก่ การสร้างและการจดจำข้อมูลของแต่ละคน การจัดเก็บความรู้ควรจะ (1) จัดโครงสร้างและเก็บข้อมูลไว้เป็นระบบที่สามารถหาและ ส่งมอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (2) จัดเก็บโดยจำแนกรายการต่างๆ เช่น ข้อเท็จจริง นโยบาย หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานบนพื้นฐานความจำเป็นในการเรียนรู้ (3) จัดเก็บโดย สามารถส่งมอบให้ผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน และกระชับถูกต้องทันเวลาและเหมาะสมตามที่ ต้องการ สอดคล้องกับ Natarajan and Shekhar (2000, p. 24) กล่าวว่า การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) เป็นการจัดเก็บความรู้ในทันทีที่หนึ่งแต่อย่างไรก็ตาม ความรู้เหล่านี้ ก็ต้องมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ และเก็บอย่างมีความสัมพันธ์กัน มิเช่นนั้นแล้วก็จะ สิ้นสุดการเป็นความรู้ เพราะความรู้ที่ล้ำสมัยจะเป็นอันตรายนมาก การจัดเก็บความรู้จะ เกี่ยวข้องกับการกำหนดประเภทของความรู้ (Knowledge

Typology) ที่มีความสัมพันธ์กับ องค์กร การจับความรู้ (Knowledge Capture) การบำรุงรักษา ฐานความรู้ (Knowledge Based) และการสร้างแผนที่ความรู้ (Knowledge Map) ดังนี้ (1) การ กำหนดประเภทของความรู้ (Knowledge Typology) สามารถจำแนกได้เป็นความรู้ที่เป็นนัย (Tacit Knowledge) กับความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ซึ่งองค์กรต้องวิเคราะห์ว่า ความรู้ ที่องค์กรมีอยู่ในปัจจุบัน ที่เป็นความรู้ที่เป็นนัยกับความรู้ที่ชัดแจ้งมีมากน้อยแค่ไหน และความรู้ที่ ต้องการในอนาคต คืออะไร (2) การจับความรู้ (Knowledge Capture) เป็นกระบวนการของการ จัดความรู้ ในรูปแบบบางอย่าง กลไกการจัดการความรู้จะขึ้นอยู่กับธรรมชาติของความรู้และ เทคโนโลยี ที่จะใช้แนวทางที่มีประโยชน์การใช้องค์ประกอบของความรู้ ก็คือ การเก็บความรู้เหล่านี้ ในรูปวัตถุความรู้ (Knowledge Object) เช่น บทความ หนังสือ บุคคลหรือหน่วยการเรียนรู้ จาก โปรแกรมการฝึกอบรมบนเว็บไซต์ (3) ฐานความรู้ (Knowledge Based) เมื่อความรู้ถูกจับ (Capture) ก็ต้องมีการจัดการนำไปใส่ไว้ในฐานความรู้ซึ่งมีทั้งเนื้อหาที่มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง และความรู้ต้องสามารถดึงออกมาใช้ได้อย่างสะดวก และ (4) แผนที่ความรู้ (Knowledge Map) จะ เป็นสิ่งที่บอกว่าความรู้ที่ต้องการนั้นจะเข้าไปหาได้ที่ไหน และจะค้นหาอะไร ซึ่งผู้ใช้จะได้ความรู้ใน สิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ และมีการชี้แนวทางในการเข้าถึงความรู้ และการค้นหาความรู้ได้อย่างรวดเร็วโดย สรุปแล้วการจัดเก็บความรู้เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน คือ การจัดเก็บความรู้ไว้เพื่อให้พนักงานเข้าถึง ความรู้ได้ตามความต้องการโดยต้องคำนึงถึง วิธีการเก็บซึ่งแต่ละองค์กรจะต้องเก็บข้อมูลสารสนเทศ และความรู้บันทึกเป็นฐานข้อมูล (Database) หรือบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนได้รวมทั้งใน การจัดโครงสร้างความรู้ องค์กรจำเป็นต้องพิจารณาความหลากหลายของกลุ่มคนที่แตกต่างกันใน การเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น ระบบการเก็บข้อมูลสารสนเทศและความรู้ที่มีประสิทธิผลขององค์กรจึงควร จัด หมวดหมู่ตามองค์ประกอบ ดังนี้(1) ความจำเป็นของการเรียนรู้ (2) วัตถุประสงค์ของงาน (3) ความชำนาญของผู้ใช้ (4) หน้าที่/การใช้สารสนเทศ และ (5) สถานที่ตั้งที่สารสนเทศ ถูกเก็บไว้ (Marquardt, 2002, p. 30)

4. การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ (Knowledge Analysis and Data Mining) ใน การวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้และจัดระบบข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน Marquardt (2002, p. 157) กล่าวว่า การวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้ และจัดระบบข้อมูลเป็นเทคนิค ในการวิเคราะห์ข้อมูลการ วางโครงสร้างของข้อมูลหรือความรู้ทำให้ความรู้ในคลัง ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เพื่อให้ บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องนอกองค์กร สามารถเข้าถึงได้ทุกคนทุกเวลาทุกโอกาสตาม สิทธิการเข้าถึง (Access Right) ที่กำหนด ในส่วนของการจัดระบบข้อมูล เป็นลักษณะของการเข้าถึงสิ่ง ที่ผู้ใช้ต้องการเพื่อนำมา ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานองค์กรจึงควรทำให้พนักงานทราบถึงช่องทาง หรือวิธีการ ที่จัดไว้อย่างเป็นระบบสำหรับการค้นหาความรู้ต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น

การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ (Directories) การทำสมุดหน้าเหลือง (Yellow Pages) ขององค์กรหรือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น เครือข่ายการทำงาน ตามระดับชั้นการประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่จะนำไปสู่การถ่ายโอน ความรู้ในองค์กร โดยสรุปการวิเคราะห์ กลั่นกรองความรู้และจัดระบบข้อมูล หมายถึง เป็นเทคนิคสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะนำมาสาน ต่อการวางโครงสร้างของข้อมูล หรือความรู้การทำให้ความรู้ในคลังให้มีความถูกต้องเป็นปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกเวลา ทุกโอกาส ตามสิทธิ การเข้าถึงที่กำหนด

5. การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (Knowledge Transfer and Dissemination) ใน การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ร่วมกัน เสน่ห์ จัยโต (2550, น. 2) กล่าวว่า องค์กรต้องแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ดังนี้ (1) Explicit Knowledge แลกเปลี่ยนด้วยวิธีการ เช่น จากเอกสารฐานความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ (2) Tacit Knowledge แลกเปลี่ยนด้วยวิธีการ เช่น ทีมข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ระบบพี่เลี้ยง การ สับเปลี่ยนงาน การยืมตัว เวทีแลกเปลี่ยนความรู้ นอกจากนี้ Marquardt (2002, น. 161) กล่าวว่า การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้เป็นการเคลื่อนไหว ของกลไกอิเล็กทรอนิกส์ และบุคคลที่จะส่งผ่าน ข้อมูลและภูมิปัญญาไปยังองค์กรสอดคล้อง กับ Beaulieu (2001, น. 179) กล่าวว่า การแบ่งปัน ถ่ายโอนความรู้ (Share Knowledge) ความรู้สามารถถูกแบ่งปันได้หลายทาง เช่น ชุมชนนักปฏิบัติ อินเทอร์เน็ตเว็บกรุ๊ปแวร์ ห้องสนทนาการหมุนเวียนงานการฝึกอบรมการประชุมภายใน การสรุป เป็นต้น การนำ ความรู้ไปใช้ (Knowledge Utilization) ซึ่งสามารถได้ประโยชน์จากการเผยแพร่ และแบ่งปัน ความรู้โดยการใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งเทคโนโลยีจะมี บทบาทที่สำคัญมากในการถ่ายโอนความรู้ โดยสรุปการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ หมายถึง การ เคลื่อนย้ายการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ที่เหมาะสมทั่วทั้งองค์กรอย่าง รวดเร็ว (ทั้งโดยเจตนา หรือไม่เจตนา) ซึ่งอาจจะใช้เครื่องมือกลไกอิเล็กทรอนิกส์ และ หรือบุคคลที่จะส่งผ่านข้อมูลและ ภูมิปัญญาไปยังบุคคลทั่วทั้งองค์กร

6. การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง (Knowledge Application and Validation) กระบวนการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยการเรียนรู้ (Learning) การจัดการ ให้เกิด การเรียนรู้ร่วมกันในองค์กรจะทำให้เกิดองค์ความรู้และสมาชิกในองค์กรสามารถ นำความรู้จากองค์ ความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และ ประสบการณ์และเป็นการสร้าง นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนางาน ตลอดจนประสบการณ์ใหม่ ๆ และ นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ในองค์กรได้ Marquardt (2002, p. 168) กล่าวว่า การประยุกต์ใช้ และปรับความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ (Knowledge Application and Validation) คือ การใช้หรือ

ประเมินความรู้โดยคนในองค์กร เป็นการนำความรู้และประสบการณ์อันมีค่าขององค์กรนำมาใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ และต่อเนื่องจากความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเรียนรู้ ความรู้ควรกระจายและถ่ายโอน ไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กรโดยอาศัยกลไกอิเล็กทรอนิกส์ การไหลของ สารสนเทศและความรู้ระหว่างคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง เป็นไปได้ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ Natarajan and Shekhar (2000, p. 25) กล่าวว่า การประยุกต์ใช้และปรับความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ นั้น คือ การนำความรู้ที่มีอยู่ประยุกต์ใช้และปรับถ่ายทอดไปยังผู้อื่น เช่น การฝึกงาน การจัดตั้งชุมชนแห่งการปฏิบัติ การเป็นผู้ช่วยการจัดงานความรู้ การเป็นพี่เลี้ยง การฝึกปฏิบัติ ในงาน การฝึกอบรม ฯลฯ โดยสรุปการประยุกต์ใช้และปรับความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ หมายถึง การใช้หรือประเมินความรู้โดยคนในองค์กรเป็นการนำความรู้และประสบการณ์ อันมีค่าขององค์กรมาใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ และต่อเนื่อง

2.1.4 เครื่องมือการจัดการความรู้

กระบวนการบริหารจัดการความรู้ต้องมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริหารหรือจัดการเพื่อสามารถกำหนดสิ่งที่จะต้องเรียนรู้และแสวงหา ความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและสืบค้นความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และใช้ประโยชน์ จากองค์กรเครื่องมือหลากหลายประเภทถูกนำมาใช้ในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ รวมถึงช่วยให้ผู้ที่ต้องการใช้ความรู้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความรู้แบ่ง ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547, น. 48-50)

1. เครื่องมือที่ใช้ในการค้นหา ความรู้จากภายนอก เช่น การใช้ (Internet) ในการค้นหา ข้อมูลการใช้ห้องสมุดสำหรับการค้นคว้า การฝึกอบรม การประชุมเชิงปฏิบัติการโดยวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก สื่อต่างๆ
2. เครื่องมือที่ใช้จัดเก็บ จัดหมวดหมู่ ให้บริการความข้อมูล ข้อเสนอเทศ
3. เครื่องมือที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กร เครื่องมือจะช่วยอำนวยความสะดวกในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูล

นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งเครื่องมือออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้เครื่องมือที่ช่วยในการเข้าถึงความรู้ซึ่งเหมาะสำหรับความรู้ประเภท (Explicit) เครื่องมือที่ช่วยในการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งเหมาะสำหรับความรู้ประเภท (Tacit) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. 2547 : 50-54)

1. เครื่องมือที่ช่วยในด้านการเข้าถึงข้อมูลที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้คนสามารถ เข้าถึงข้อมูลความรู้ประเภท (Explicit) ได้แก่

1.1 การจัดเก็บความรู้และวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศขององค์กรไว้ในรูปของเอกสาร เป็นการจัดเก็บความรู้หรือข้อมูลขององค์กรไว้ในรูปแบบง่ายๆ เพื่อความสะดวกในการค้นหา และนำไปใช้ เช่น งานวิจัย ผลการสำรวจผลงานประจำปี และข้อมูลทางการตลาดนอกจากนั้นแล้วองค์กรควรมีการจัดทำฐานความรู้ของวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเพื่อให้ผู้ที่สนใจ สามารถเข้ามาเรียนรู้ได้ซึ่งการรวบรวมวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศอาจได้จากการทำ (Benchmarking) ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากผู้ที่ทำได้ดีที่สุดทั้งภายในและภายนอกองค์กร

1.2 การใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) การใช้เทคนิคการเล่าเรื่องนี้เป็นวิธี การเผยแพร่สิ่งที่เราได้เรียนรู้มาให้แก่ผู้สนใจโดยต้องสร้างความสมดุลระหว่างความน่าสนใจ ในการบรรยายเรื่องและเนื้อหาที่ต้องการสื่อ ทั้งนี้บริษัทชั้นนำอย่าง Hewlett-Packard ก็เป็นหนึ่งในบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ อย่างรวดเร็วโดยการใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง เช่น ประเด็นเกี่ยวกับนวัตกรรมของบริษัททั้ง ในเรื่องที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวต่างๆ ได้ถูกนำมาผูกเป็นเรื่องราวและเผยแพร่ในองค์กรทำให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น และกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ที่มีระหว่างกันได้

1.3 สมุดหน้าเหลือง (Yellow Pages) แนวคิดนี้จะเหมือนกับสมุดโทรศัพท์หน้าเหลืองที่เราคุ้นเคยกันแต่แทนที่เนื้อหาในสมุดจะบันทึกรายละเอียดของคนหรือ สถานประกอบการต่าง ๆ สมุดหน้าเหลืองสำหรับการจัดการความรู้นี้จะเป็นการบันทึก แหล่งที่มาของความรู้ประเภทของความรู้ และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านขององค์กร รวมถึง ข้อมูลส่วนบุคคลที่สำคัญ เช่น ผลงานที่ผ่านมาและเรื่องความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เป็นต้น สมุดหน้าเหลืองในลักษณะนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคนที่ต้องการใช้ ข้อมูลกับแหล่งข้อมูลที่มี คือ ทำให้บุคลากรในองค์กรรู้ว่ามิข้อมูลอยู่ที่ใดและจะสามารถ เข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ได้อย่างไร สำหรับการบันทึกข้อมูลต่างๆ ในสมุดหน้าเหลืองนั้นสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ก็ได้ ทั้งนี้สมุดหน้าเหลืองไม่จำเป็นต้องผูกติดกับเฉพาะข้อมูลในองค์กรเท่านั้น แต่ยังสามารถเชื่อมโยงกับข้อมูลภายนอกผ่านระบบเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้ด้วย ตัวอย่างของบริษัท ที่นำเทคนิคนี้ไปใช้และประสบความสำเร็จ เช่น บริษัท Monsanto, BP Amoco และ Hoffman-La Roche เป็นต้น

1.4 ฐานความรู้ (Knowledge Bases) เป็นการเก็บข้อมูลความรู้ต่างๆ ที่องค์กรมีไว้ในระบบฐานข้อมูล และให้ผู้ต้องการใช้ค้นหาข้อมูลความรู้ผ่านระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือระบบอื่นๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง ทั้งนี้ในการทำ Knowledge Bases ควรคำนึงถึงความรู้ของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย

2. เครื่องมือที่ช่วยในด้านการถ่ายทอดความรู้แม้องค์กรจะพยายามจัดทำเอกสาร และฐานข้อมูลหรือสร้างช่องทางต่างๆ ให้บุคลากรสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้อย่าง สะดวก วิธีการดังกล่าวมักจะใช้ได้ผลดีกับความรู้ประเภท Explicit เท่านั้น แต่จะเห็นว่า ยังมีความรู้อีกประเภทหนึ่ง คือ ความรู้ประเภท Tacit ซึ่งต้องอาศัยการถ่ายทอด โดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหลัก เครื่องมือที่จะช่วยให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ประเภท Tacit ได้แก่

2.1 การจัดตั้งทีมข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) เป็นการจัดตั้งทีม เพื่อ ทำงานร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่กำหนดขึ้นภายใต้ความเชื่อที่ว่า การทำงานในแต่ละเรื่อง ต้อง อาศัยผู้เชี่ยวชาญจากหลาย ๆ ด้านมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และทำงานร่วมกันจึงจะประสบความสำเร็จ การแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดความรู้ระหว่างทีมจะทำให้เกิด การเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้ในการแลกเปลี่ยน หรือถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันนั้นเพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุดหัวหน้าทีมควรสร้างบรรยากาศที่ดี เพื่อช่วยให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างกัน ทำให้ทุกคนเข้าใจและมุ่งไป วัตถุประสงค์เดียวกันสร้างความ เชื่อมั่นและไว้วางใจต่อกัน และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ระหว่างที่มีการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ ระหว่างกันนั้น ควรมีการจดบันทึกหรือรวบรวมความรู้ที่เกิดขึ้นไว้ด้วย

2.2 การทบทวนหลังการปฏิบัติ (After Action Reviews-AAR) คือ การ อภิปราย เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อทบทวนว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมจึงเกิดจะรักษาจุดแข็งและ ปรับปรุงจุดอ่อนอย่างไรส่งผลให้ทีมและสมาชิกได้เรียนรู้จากทั้งความสำเร็จและความล้มเหลว

2.3 การเสวนา (Dialogue) การเสวนาเป็นการปรับฐานความคิดจากผู้อื่นและ ความหลากหลายทางความคิดที่เกิดขึ้นทำให้สมาชิกเห็นภาพที่ใกล้เคียงกัน หลังจากนั้นเราจึงจัด ประชุมหรืออภิปราย เพื่อแก้ปัญหาหรือหาข้อยุติต่อไปได้โดยง่าย และผลหรือข้อยุติที่เกิดขึ้น จะเกิด จากการที่เราเห็นภาพในองค์กรเป็นที่ตั้ง

2.4 แหล่งผู้รู้ในองค์กร (Center of Excellence-COE) การกำหนดแหล่งผู้รู้ ใน องค์กรจะทำให้ทุกคนในองค์กรทราบว่า จะสามารถติดต่อสอบถามผู้รู้ได้ที่ไหนอย่างไร (Expertise Locators) ในเรื่องอะไรได้บ้าง เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้เกิดการถ่ายโอน ความรู้จาก ผู้เชี่ยวชาญไปสู่ผู้ปฏิบัติได้โดยตรง

2.5 เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist) เป็นการประชุมซึ่งเชิญสมาชิกจากทีมอื่นๆ มาแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจให้แก่ทีมซึ่งต้องการความช่วยเหลือ ผู้ที่ถูก เชิญมาอาจจะ เป็นคนที่อยู่ในองค์กรอื่นได้

2.6 Innovation and Quality Circles (IQCs) เป็นกลุ่มที่พัฒนามาจากกลุ่ม Quality Circles (QCs) ซึ่งสมาชิกของกลุ่มจะมาจากต่างหน่วยงานหรือต่างระดับในองค์กรหรือ อาจจะมาจกต่างองค์กรก็ได้ เช่น มาจากบริษัทของลูกค้าหรือผู้ส่งมอบ เป็นต้น กลุ่ม IQCs จะรวมตัว

กันเพื่อค้นหาวิธีการเพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือเพื่อ ปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ การทำกลุ่ม IQCs นั้นจะเป็นการระดมสมองเพื่อกำหนด แนวคิดต่างๆ ที่หลากหลายในการพัฒนาองค์กรตามหัวข้อเรื่องที่ตั้งไว้และค้นหาทางเลือก ที่ดีที่สุดช่วยแก้ปัญหาในการทำงานของหน่วยงานหรือองค์กรทั้งนี้ในการพบปะแลกเปลี่ยน ความรู้กันต้องมีการบันทึกข้อมูลหรือความรู้ที่เกิดขึ้นรวมทั้งปัญหาและความสำเร็จ ที่เกิดขึ้นไว้ด้วยเมื่อเปรียบเทียบ IQCs กับทีมข้ามสายงานแล้ว จะมีความแตกต่างในเรื่อง ของสมาชิก กลุ่มที่สามารถร่วมได้จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในขณะที่สมาชิก ของทีมข้ามสายงานจะมีเฉพาะคนในองค์กรเท่านั้น และเนื้อเรื่องของการทำทีมข้ามสาย จะเป็นเรื่องที่เฉพาะเจาะจงมากกว่า แต่อย่างไรก็ตาม ทั้งสองวิธีก็เป็นเทคนิคในการทำให้ คนมาพบปะและเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันเพื่อช่วยพัฒนาและปรับปรุงองค์กร

2.7 ชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Community of Practice -CoP) เป็นอีกหนึ่งเทคนิค ที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย โดย CoP เป็นกลุ่มคนที่มารวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้การทำงาน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีขึ้น ส่วนใหญ่การรวมตัวกันในลักษณะนี้มีมักจะมาจาก คนที่อยู่ในกลุ่มงานเดียวกันหรือมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกันซึ่งความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างกันจะเป็นสิ่งที่สำคัญโดย CoP จะมีความแตกต่างจากการจัดตั้งทีมงานเนื่องจากเป็นการรวมกันอย่างสมัครใจเป็นการเชื่อมโยง สมาชิกเข้าด้วยกันโดยกิจกรรมทางสังคมไม่ได้มีการมอบหมายงานเฉพาะหรือเป็น โครงการแต่จะเลือกทำในหัวข้อเรื่องที่สนใจร่วมกันเท่านั้นการทำ CoP จะมีระยะเวลาในการเริ่มต้นและสิ้นสุด โดยหากสมาชิกในกลุ่มหมดความสนใจหรือบรรลุวัตถุประสงค์ ร่วมกันแล้วกลุ่ม CoP ก็อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น เปลี่ยนหัวข้อของกลุ่มหรือ มีการจัดตั้งกลุ่ม CoP ใหม่ ๆ ขึ้นมา ทั้งนี้ระหว่างที่อยู่ร่วมกันควรมีการบันทึกสิ่งที่เรียนรู้ ระหว่างกันเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ CoP จะเกิดขึ้นโดยการรวมตัว ของสมาชิกที่สนใจร่วมกันและจัดการกันเอง แต่ต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ชัดเจน เพื่อให้การกระทำยั่งยืนในระดับหนึ่ง เช่น ควรมีการยกย่องชมเชยและให้การยอมรับกลุ่ม CoP จากผู้บริหารขององค์กรช่วยสนับสนุนให้การสื่อสารระหว่างสมาชิก CoP เป็นไปอย่าง สะดวกรวดเร็ว เช่น การลงทุนในเรื่องสื่อสารสนเทศ สถานที่ที่ใช้ประชุม เป็นต้น พยายามชักจูงหรือทำให้สมาชิกเห็นประโยชน์ในการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันให้แรงจูงใจ หรือรางวัลสำหรับสมาชิกที่ให้ความร่วมมือและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเป็นตัวอย่างแก่คน อื่น ๆ ต่อไปและส่งเสริมให้ CoP มีการเติบโตและขยายตัว

2.8 ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) เป็นวิธีการในการถ่ายทอด Tacit Knowledge แบบตัวต่อตัวจากผู้มีความรู้และประสบการณ์มากกว่าไปยังบุคลากร รุ่นใหม่ หรือผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์น้อยกว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการสอนงานและให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด ผู้ที่

เป็นที่เล็งมกจะมีตำแหน่งและอาวุโสกว่าซึ่งอาจอยู่ในหน่วยงาน เดียวกันหรือต่างหน่วยงานก็ได้ หากอยู่ในหน่วยงานเดียวกันก็ไม่ควรเป็นผู้บังคับบัญชา และลูกน้องกัน โดยทั่วไประบบที่เล็งนี้ จะใช้เวลาค่อนข้างนานเพราะทั้ง 2 ฝ่ายจะต้อง สร้างความคุ้นเคยความสัมพันธ์ และความเข้าใจกันผู้ที่เป็นที่เล็งนั้นนอกจากจะให้คำปรึกษา ในด้านการงานแล้วยังเป็นที่ปรึกษาในเวลามีปัญหาหรือสับสนที่สำคัญที่เล็งจะต้องเป็น ตัวอย่างที่ดีในเรื่องพฤติกรรมจรรยาบรรณและการทำงานให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร

2.9 การสับเปลี่ยนงาน (Job Rotation) และการยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน (Secondment) การสับเปลี่ยนงานเป็นการย้ายบุคลากรไปทำงานในหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งอาจอยู่ภายในสายงานเดียวหรือข้ามสายงานเป็นระยะๆ เป็นวิธีการที่มีประสิทธิผล ในการกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ของทั้ง 2 ฝ่าย (ผู้ถูกย้าย และผู้ที่อยู่ในหน่วยงานต่างๆ) ทำให้ผู้ถูกย้ายเกิดการพัฒนาทักษะที่หลากหลายมากขึ้น สำหรับการยืมตัวบุคลากรมาทำงานชั่วคราวนั้นเป็นการย้ายบุคลากรระดับบริหารหรือ บุคคลที่มีความสามารถสูงไปช่วยทำงานในหน่วยงานข้ามสายงานหรือหน่วยงานเพื่อให้ ผู้ถูกยืมตัวถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ของตนเองให้หน่วยงานเป็นการกระจายความรู้ ที่ได้ผลในระยะสั้น ในขณะที่เดียวกัน ผู้ถูกยืมตัวก็ได้เรียนรู้จากบุคลากรในหน่วยงานอื่น ซึ่งสามารถนำมาพัฒนางานของตนเองหรือสร้างความรู้ใหม่ๆ ได้

2.10 เวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดประชุม หรือกิจกรรมอย่างเป็นทางการจะลักษณะอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นเวทีให้บุคลากรในองค์กรมีโอกาสพบปะพูดคุยกันก็เป็นอีกวิธีหนึ่ง ซึ่งสามารถกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันได้ ซึ่งอาจทำได้ ในหลายลักษณะ เช่น การสัมมนาและประชุมทางวิชาการที่จัดอย่างสม่ำเสมอ การใช้เวลาก่อนและหลังการประชุมต่างๆ เพื่อพูดคุยในเรื่องต่างๆ เป็นต้น นอกจากวิธีการที่ได้ กล่าวมาแล้ว การจัดสถานที่ทำงานและสร้างบรรยากาศในการทำงานก็มีส่วนช่วยเสริม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร เช่น บริษัท NTT CoCoMo ของประเทศญี่ปุ่นได้ ออกแบบ “สำนักงานเคลื่อนที่อิสระ” ขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานพบปะพูดคุยกัน รวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น พนักงานทุกคนจะไม่มีโต๊ะทำงานส่วนตัวสามารถนั่งตรงไหนก็ได้ แล้วแต่ความต้องการทำอะไรในวันนั้น เพราะเขามีเขตต่างๆ ที่แบ่งไว้อย่างชัดเจน เช่น เขตสมาธิ เขตแห่งความคิดสร้างสรรค์ เขตสำนักงาน และเขตพักผ่อน หัวหน้างานจะปักธงไว้หน้าโต๊ะพนักงานที่ต้องการปรึกษางานก็สามารถไปนั่งร่วมโต๊ะได้การจัดสำนักงาน แบบนี้มีปัจจัยเอื้อ คือ พนักงานทุกคนจะมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวและมีระบบอินเทอร์เน็ต ที่สามารถติดต่อกันได้ตลอดเวลาทำให้กลายเป็นที่ทำงานที่ไร้กระดาษ และยังสามารถ ประหยัดเงินได้ถึง 500,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี วิธีการที่กล่าวมาข้างต้นเป็นวิธีการหลักๆ ที่องค์กรสามารถเลือกใช้หรือผสมผสานวิธีการ

เหล่านั้นเข้าด้วยกัน เพื่อให้สอดคล้อง กับความต้องการวิธีการทำงานและวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้เกิด การกระจายความรู้และ การเรียนรู้อย่างทั่วถึงทั้งองค์กร

กล่าวโดยสรุป ความสำเร็จในการเลือกใช้เครื่องมือต่างๆ ในการจัดความรู้ ยังไม่มี สูตรสำเร็จที่แน่นอนการจะเลือกใช้เครื่องมือตัวใดตัวหนึ่งองค์กรจะต้องมีการศึกษา ในรายละเอียดเชิง ลึกอย่างรอบคอบโดยคำนึงถึงความพร้อมด้านโครงสร้างขององค์กร และโครงสร้างสารสนเทศ (Push System) และความพร้อมของพนักงาน (Pull People) ทั้งหมดรวมถึงการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Learning by Action) ไปพร้อมๆ กันในส่วนรายละเอียด ของเครื่องมือ (Tools) แต่ละชนิดเราสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้จากเว็บไซต์ต่างๆ โดย การตั้งคำถามผ่านเว็บค้นหา (Search Engine) ที่มีอยู่ อย่างมากมายในปัจจุบัน

2.1.5 ขั้นตอนของการนำการจัดการความรู้ไปสู่การปฏิบัติ

ขั้นตอนของการนำการจัดการความรู้ไปสู่การปฏิบัติ การจัดการความรู้เป็นทักษะ ไม่ทำไม่รู้มี คนจำนวนไม่น้อยที่เฝ้าหาทางเรียนรู้เรื่องการจัดการความรู้ด้วยการอ่านหนังสือ ผู้รู้บรรยายการ กระทำเช่นนั้นจะไม่มีทางช่วยให้รู้จักการจัดการความรู้ได้เลย เนื่องจากการจัดการเป็นทักษะ (Skill) ไม่ใช่ความรู้เชิงทฤษฎี หรือกล่าวให้ชัดเจนขึ้นการจัดการความรู้ มีส่วนที่เป็นทักษะสืบส่วนและส่วนที่ เป็นทฤษฎีเพียงส่วนเดียว (คล้ายพุทธศาสนา) การเรียนรู้โดยการท่องทฤษฎีจึงแทบจะไม่มีประโยชน์ ต้องลงมือทำจึงจะทำได้และเกิดความรู้ความเข้าใจไม่ว่าจะทำการศึกษาวិธีการนำการจัดการองค์ ความรู้ (Knowledge Management) มาประยุกต์ใช้ในงานองค์กรจากหนังสือหรือจากอินเทอร์เน็ต จะมีขั้นตอน การปฏิบัติที่หลากหลายแล้วแต่ระดับของการประยุกต์ใช้งานและจุดมุ่งเน้นของแต่ละคน นักปฏิบัติและมาตรฐานด้าน KM ได้เสนอแนวทางการนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรโดยละเอียดหลาย เรื่อง เช่น ปณิตา พันภัย (2544) เสนอว่า มีขั้นตอนในการสร้าง KM ในองค์กร 10 ขั้นตอน และ Davenport, Gilbert, and Probst ได้กล่าวถึง 6 ขั้นตอนเชิงกลยุทธ์ของกระบวนการจัดการองค์ ความรู้ ตลอดจน หากศึกษาผ่านอินเทอร์เน็ตหรือหนังสือด้านวิศวกรรมจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Engineering) ได้กล่าวถึงโมเดล Comon KADS เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และ ประยุกต์ ใช้งานในองค์กรสามารถสรุปได้เป็น 8 ขั้นตอนของการนำ KM ไปสู่การปฏิบัติ มีดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดและสร้างทีมงานจัดการองค์ความรู้ในองค์กร (Knowledge Management Team) ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการสร้าง (Knowledge Management) ในองค์กร เชื่อมโยงกับเป้าหมายของผู้นำองค์กร ผู้บริหารโครงการมีทีมงานที่หลากหลายตามลักษณะการดำเนิน ขององค์กรโดยหลักการจะมีผู้ที่จัดการองค์ความรู้เฉพาะด้าน (Subject Manager) ผู้เชื่อมโยงองค์ ความรู้จากหลายกลุ่มผู้เชี่ยวชาญไปยังผู้ใช้ที่ต้องการ (Knowledge Broker) ผู้เชี่ยวชาญกระบวนการ

(Knowledge Management) ซึ่งทำหน้าที่เป็นโค้ชในองค์กร (Knowledge Management Coordinator) และที่ปรึกษา (Knowledge Management Project Consultant)

ขั้นที่ 2 กำหนดกลยุทธ์ (Knowledge Management) ขององค์กรโดยการศึกษากลยุทธ์ขององค์กรว่ามีสาระสำคัญด้านใดบ้างดำเนินการวิเคราะห์โอกาสและองค์ความรู้ที่จำเป็น ต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งทางด้านธุรกิจและงานปฏิบัติการเลือกองค์ความรู้ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรสูงสุดเพื่อคัดเลือกมาดำเนินการเป็นโครงการนำร่อง

ขั้นที่ 3 ดำเนินการสำรวจระบบการจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วในองค์กร เช่น ระบบฐานข้อมูลระบบ IT เพื่อทำการต่อยอดโดยไม่ต้องเสียเวลาสร้างขึ้นมาใหม่

ขั้นที่ 4 คัดเลือกโครงการนำร่อง (Quick Win -km Projects) ให้เลือกโครงการนำร่อง 2-3 โครงการตามความเหมาะสมของระดับความยากง่ายของโครงการและความพร้อมของทีมงานและความเชี่ยวชาญที่มีอยู่การที่มุ่งเน้นเพียงโครงการนำร่องจะมีโอกาสสำเร็จสูง และสามารถสร้างความเชื่อมั่นและเห็นผลประโยชน์ของ KM ชัดเจนขึ้นจับต้องได้มากขึ้น

ขั้นที่ 5 สร้างโครงสร้างการจัดการ (Knowledge Management) ในองค์กรการจัดการองค์ความรู้ในองค์กรจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำองค์กรและผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อสร้างองค์ความรู้แลกเปลี่ยนและใช้องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์การเชื่อมโยง องค์ความรู้ในองค์กรจำเป็นต้องสร้างระบบพื้นฐาน เช่น ระบบ IT และเครือข่ายรองรับ เครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับคนที่เข้ามาใช้และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้อาจใช้หลักการชุมชน นักปฏิบัติหรือ Community of Practice (CoP) ส่วนระบบโครงสร้าง IT จะช่วยเชื่อมโยง เครือข่ายและชุมชนเข้าด้วยกันและจัดการระบบข้อมูลเพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการ องค์ความรู้ในองค์กรปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่ใช่อยู่ที่กระบวนการจัดการองค์ความรู้ที่ดี แต่อยู่ที่โครงสร้างการจัดการวิธีบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management) การปลูกฝังวัฒนธรรมการเรียนรู้และแบ่งปันความรู้โดยมีระบบการบริหารงานบุคคล คือ การประเมินผล และการให้รางวัลทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเมื่อมีการจัดตั้งระบบ (Knowledge Management) แล้วเสร็จอาจจะมีการโอนงานจากการบริหารงานโครงการ สู่การบริหารงานแบบกระบวนการโดยการจัดตั้งศูนย์กลางความรู้ขององค์กรดำเนินการ จัดการองค์ความรู้ในองค์กรต่อไป

ขั้นที่ 6 กำหนดเทคโนโลยีสนับสนุนการจัดการ (Knowledge Management) ตั้งแต่การจัดเก็บ การจัดระบบการสืบค้น และการค้นหาองค์ความรู้ที่ต้องการใช้ประโยชน์ ดังนั้น ระบบ IT และเครือข่ายจึงมีสาระสำคัญในการสนับสนุน (Knowledge Management) ทั้งอยู่ในรูปแบบพอร์ทัล (Portal) ขององค์กรและของบุคคล (Personal Portal) และระบบสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ เทเลคอนเฟอเรนซ์ อีเมล และระบบรองรับการทำงานร่วมกัน (Collaboration)

ขั้นที่ 7 กำหนดแผนปฏิบัติการหลักเพื่อเป็นศูนย์กลางและเป็นวาระขององค์กร ในการจัดการสร้าง (Knowledge Management) ให้เกิดขึ้นจริงในองค์กรสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะหลักๆ คือ การบริหารโครงการ KM และการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ในองค์กร

ขั้นที่ 8 การติดตามควบคุมและเปิดโครงการโดยธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลง การจัดการองค์ความรู้ในองค์กรไม่มีวันจบสิ้น อย่างไรก็ตามการดำเนินการต้องมีการติดตามผลควบคุมจากตัวชี้วัดความสำเร็จ โดยเฉพาะโครงการนำร่องว่า (Knowledge Management) สามารถก่อให้เกิดประสิทธิผล (Effective Ness) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และผลิตผล (Productivity) ที่สูงขึ้นในองค์กรได้หรือไม่และกระบวนการ (Knowledge Management) เกิดขึ้นจริงในองค์กรหรือไม่ เช่น อัตราการเติบโตขององค์ความรู้ใหม่ในองค์กรการเข้ามาใช้ ฐานข้อมูลความรู้ในองค์กรมีอัตราการใช้งานอย่างไร

เมื่อโครงการนำร่องบรรลุเป้าหมายจะมีการทบทวนกระบวนการทำงานทั้งหมด ทั้งในส่วนที่สำเร็จและบทเรียนที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาเป็นข้อมูลป้อนกลับปรับปรุงกระบวนการ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป จะเห็นว่า แนวทางการจัดตั้ง (Knowledge Management) องค์กรทั้ง 8 ขั้นตอนไม่ยาก แต่สิ่งที่ยากกว่า คือ การเริ่มลงมือปฏิบัติและสร้างสรรค์ให้เป็นจริง โดยมีความมุ่งมั่นที่จะร่วมมือร่วมใจกันฟันฝ่าอุปสรรคสู่ความสำเร็จให้จงได้

เสน่ห์ จุย์โต (2550, น. 3) กล่าวว่า ขั้นตอนในการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพ นั้นมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและประโยชน์ของการจัดการความรู้ให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ
2. ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร
3. จัดตั้งทีมงานการจัดการความรู้ ทั้งนี้สมาชิกในทีมจะต้องเคารพความคิดเห็น ซึ่งกันและกัน และต้องเข้าร่วมการประชุมสม่ำเสมอ ตลอดจนพยายามหาโอกาสเรียนรู้จากผู้อื่น
4. กำหนดขอบเขตและเป้าหมายของการจัดการความรู้ การจัดทำโครงการนำร่องจัดทำแผน

ผู้วิจัยสรุปว่า การที่ชุมชนจะต้องเรียนรู้ด้านธุรกิจได้นั้น ชุมชนจะต้องเกิดการเรียนรู้ ในชุมชน และเครื่องมือที่จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้ คือ การจัดการความรู้ ซึ่งมีองค์ประกอบ ด้วยกัน 6 ขั้นตอน ตลอดจนปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จในการเรียนรู้ร่วมกัน ในชุมชน ซึ่งการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของชุมชน และเมื่อก้าวเข้าสู่ การพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งต้องดำเนินการจัดการความรู้ในชุมชนเพื่อใช้ปฏิบัติงานให้ได้ มาตรฐานในระดับสูง (High Performance) ต่อไป

2.1.6 ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการความรู้

องค์กรต่าง ๆ จะดำรงอยู่ได้ก็จำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญด้วยเช่นกันนั่นก็คือ สมาชิกในองค์กรและตัวระบบงานซึ่งก็มีความสัมพันธ์กันในอันที่จะทำให้เกิดเป็นพลัง แห่งคุณค่า (Value Driven) เพียงแค่คำว่าสมาชิกในองค์กร ซึ่งก็คือ มนุษย์ปุถุชนกับตัวระบบงาน ทั้ง 2 ประการ นี้ล้วนแต่เป็นที่มาของปัญหาและอุปสรรคสำคัญในระบบการบริหารจัดการ ความรู้ อาทิเช่น (วีรยุทธ มาฆะสิรานนท์, 2549, น. 13-17)

1. การเริ่มต้นกันใหม่ที่จะพัฒนาความรู้ (Creating Knowledge) เนื่องจากขาดข้อมูล ที่จะสะท้อนถึงสถานภาพที่เป็นจริง (Current Reality) ปัจจุบันทำให้ไม่มีโอกาสได้ทราบว่า ความรู้ที่มีอยู่แล้วในองค์กรนั้นคืออะไร รวมถึงความต้องการในความรู้ใหม่ๆ ที่เหมาะสม ตลอดจนของ วิทยาการและความรู้ที่ทั้งปวง

2. การจัดเก็บความรู้ (Capturing Knowledge) อย่างเป็นระบบและครบถ้วนสมบูรณ์ อีกทั้งยังควรจะต้องทำให้ง่ายและสะดวกต่อการนำกลับมาใช้ในเวลาที่ต้องการ

3. การเชื่อมต่อและการกระจายความรู้ (Linking and Distributing Knowledge) ทั่วทั้งองค์กรให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานประจำวันได้อย่างแท้จริง

4. การให้ความร่วมมือ สนับสนุนจากสมาชิกทุกคนในองค์กรซึ่งควรเข้าใจ ในความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นโดยมีผลในเชิงบูรณาการต่อตัวบุคคลและองค์กร

วีระวัฒน์ ปันนิตามัย (2545, น. 45) กล่าวว่า นอกจากประเด็นปัญหาและอุปสรรค ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว สาเหตุสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการความรู้ในองค์กรไม่ประสบความสำเร็จนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากสาเหตุต่าง ๆ ดังนี้

1. บุคคลบางคนไม่ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์ที่ตัวเองกับคนอื่น โดยเชื่อว่า หากดำเนินการดังกล่าวจะทำให้เสียเปรียบและเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้า ของตนเอง เพราะบางองค์กรบุคคลจะก้าวหน้าในอาชีพในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

2. บุคคลที่ไม่ชอบใช้แนวคิดของคนอื่นเพราะเกรงว่าจะถูกมองว่าเป็นคนมีความรู้ น้อยและต้องอาศัยบุคคลอื่นในการทำงานของตน

3. บุคคลบางคนมักคิดว่าตนเองมีความเชี่ยวชาญในงานของตนและไม่อยากร่วมมือ ในการทำงานกับคนอื่น

4. ผู้บริหารผู้ปฏิบัติมักเชื่อว่าการบริหารจัดการความรู้เน้นเพียงแค่อาศัยเทคโนโลยี เข้าช่วยเพื่อการถ่ายโอนข้อมูลในรูปแบบต่างๆ

5. ผู้บริหารผู้ปฏิบัติมองความรู้เป็นเพียงสินค้าที่จัดกระทำเคลื่อนย้ายได้แทนที่จะมองความรู้เป็นกระบวนการที่ผู้รู้ต้องแสดงออกตามภาระหน้าที่งานอย่างต่อเนื่องความรู้ เป็นของส่วนรวมของสาธารณะที่จับต้องไม่ได้ต้องใช้ประสบการณ์เข้าแลกและสะท้อน การเรียนรู้ออกมาจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด

6. ความรู้ที่ซ่อนเร้นที่เกิดขึ้นในแต่ละวันยากที่จะจัดการจัดกระทำกักเก็บและถ่ายโอนได้ต้องสังเกตแบบจำ

7. ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการถ่ายโอนและการดำเนินการด้านบริหารจัดการความรู้ไม่เข้าใจภาระหน้าที่ที่ตนทำอยู่คิดว่าไม่สำคัญ ไม่มีเป้าหมาย และขั้นตอน กลยุทธ์ที่ดีพอ

8. มุ่งปฏิบัติเฉพาะด้านมากเกินไปละเลยเพิกเฉยไม่ให้ความสำคัญกับปรัชญา ในการดำเนินการก่อนสร้าง ก่อนดำเนินการคิดเทคนิควิธีใดๆ ต้องเข้าใจเหตุผล เจตนารมณ์ และปรัชญาเสียก่อน

พสุ เดชะรินทร์ (2549, น. 23-26) กล่าวว่า การสร้างระบบหรือกระบวนการ ในการจัดองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นจริงในองค์กรนั้นไม่ใช่เพียงการกำหนดให้เป็นกระบวนการ และการสร้างระบบสนับสนุน เช่น ระบบคอมพิวเตอร์สารสนเทศเท่านั้น แต่มีการบริหาร การเปลี่ยนแปลงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขึ้นด้วยซึ่งพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ได้แก่ ความสมัครใจและยินดีต่อการให้และแบ่งปันความรู้ระหว่างกันและกัน ดังนั้น เราจำเป็นต้อง ประเมินสิ่งสำคัญที่เอื้อและมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการในภาพรวม โดยการพิจารณาจากอุปสรรคที่เป็นปัจจัยทำให้การสร้าง KM ในองค์กรไม่สำเร็จซึ่งมีสาเหตุหลักๆ ของความล้มเหลว ดังนี้

1. องค์กรไม่มีความต้องการแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นและ/หรือไม่เห็นประโยชน์ ของ KM เพียงพอในขั้นตอนนี้ ควรเป็นช่วงที่ก่อให้เกิดความมุ่งมั่นและศรัทธาของกลุ่มบุคคลหลักๆ ในองค์กรซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ (EQ) มากกว่าความรู้ในรายละเอียด (IQ)

2. ตอนจัดทำโครงการ KM ไม่ได้มีการกำหนดองค์ความรู้ขององค์กรที่สอดคล้องกับภารกิจและงานปฏิบัติขององค์กร (Core Competency) ซึ่งส่งผลให้เมื่อสร้าง KM ไม่มีส่วนส่งเสริมต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งทางด้านผลสัมฤทธิ์หรือประสิทธิผล (Effectiveness) รวมถึงด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และด้านผลิตผล (Productivity) ที่ดีขึ้น

3. ผู้นำระดับสูงในองค์กรไม่เข้าใจและไม่ให้การสนับสนุน ซึ่งจะทำให้การสร้าง KM ในองค์กรเป็นไปได้ยากและขาดความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน การเปลี่ยนแปลง และความสำเร็จจะเกิดขึ้นโดยง่ายเมื่อมีผู้นำในการเปลี่ยนแปลง

4. ในองค์กรยังไม่มีค่านิยมและการปลูกฝังวัฒนธรรมการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงความรู้ให้เกิดขึ้นในแต่ละบุคคลเป็นทีมทั่วทั้งองค์กร การมุ่งสู่ค่านิยมดังกล่าวทุกคนจะ สามารถรับรู้ได้จากบรรยากาศการทำงาน (Work Climate) ที่เกิดขึ้นจริง

5. การจัดการความรู้ในองค์กรไม่ได้เชื่อมโยงไปสู่เป้าหมายของภารกิจขององค์กร

6. ไม่มีการวัดผลการดำเนินการจัดการความรู้ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงพัฒนาได้

7. ไม่มีระบบที่เอื้อต่อการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้และการสร้างองค์ความรู้ ในองค์กร เช่น การให้รางวัลทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินที่จะสร้าง แรงจูงใจให้เกิดการแบ่งปันความรู้ขึ้น

ผู้วิจัยสรุปปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการความรู้ว่า การจัดการความรู้เป็น กระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ก่อนที่จะดำเนินการจัดการความรู้ สิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการลำดับแรกก็คือการจัดการความรู้ เพื่ออะไร ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ของการจัดการความรู้เพื่อเป็นกรอบทิศทาง ในการจัดการความรู้วิสัยทัศน์ของการจัดการความรู้จะต้องสอดคล้องกับทิศทาง การดำเนินการ ขององค์กร และสามารถเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร หลังจากนั้นจึงดำเนินการจัดการความรู้โดยผ่านกระบวนการต่างๆ คือ แสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ การวิเคราะห์จัดระบบข้อมูลประยุกต์ใช้ และปรับความรู้ ให้ทันสมัยอยู่เสมอการจัดการความรู้เป็นระบบการบริหารองค์กรหรือเครื่องมือเพื่อการบรรลุ เป้าหมายขององค์กรเป้าหมายที่สำคัญที่สุดในการจัดการความรู้ คือ การเรียนรู้ของบุคลากร และนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ปัญหาและปรับปรุงองค์กรการเรียนรู้ ของบุคลากร จะทำให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ขึ้นซึ่งจะไปเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์กรที่มีอยู่ แล้วให้มากขึ้นเรื่อยๆ ความรู้นี้ก็จะถูกนำไปใช้เพื่อสร้างความรู้ใหม่อีกเป็นวงจรการเรียนรู้

2.2 ทฤษฎี รูปแบบและการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้

2.2.1 ความหมายของรูปแบบ

ชุตติกาญจน์ ศรีวิบูลย์ (2554) กล่าวว่า รูปแบบหมายถึงโครงสร้างโปรแกรมแบบจำลอง หรือตัวแบบที่จำลองสภาพความเป็นจริงที่สร้างขึ้นจากการลดทอนเวลาและเทศะพิจารณาว่ามีสิ่งใดบ้างที่จะต้อง นำมาศึกษาเพื่อใช้แทนแนวคิด หรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ของรูปแบบนั้นๆ

Raj (1996, p. 1) ได้ให้ความหมายของ รูปแบบ (Model) ไว้ 2 ความหมายดังนี้

1. รูปแบบ คือ รุปย่อของความจริงของปรากฏการณ์ซึ่งแสดงด้วยข้อความจำนวนหรือภาพโดยการลดทอนเวลาและเทศะทำให้เข้าใจความจริงของปรากฏการณ์ที่ได้ดียิ่งขึ้น
2. รูปแบบ คือ ตัวแทนของการใช้แนวความคิดของโปรแกรมที่กำหนดเฉพาะ

2.2.2 ประเภทของรูปแบบ

Keeves (1998, pp. 386 – 391) ได้จำแนกออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. รูปแบบเชิงอุปมาอุปมัย (Analogue Models) เป็นรูปแบบที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรมลักษณะเป็นรูปแบบเชิงกายภาพ
2. รูปแบบเชิงภาษา (Semantic Models) เป็นรูปแบบเชิงนามธรรม เป็นการอธิบายตัวอักษร รูปภาพ หรือ แผนภูมิเพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิดองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์นั้น ๆ
3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Models) นำมาใช้กับการวิจัยการศึกษาในสาขาต่าง ๆ รูปแบบชนิดนี้ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ
4. รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Models) เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นวิธีวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สามารถบอกได้ว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตัวแปรที่ศึกษาทั้งขนาดและทิศทางที่มีผลกระทบต่อร่วมกับหลักการสร้างรูปแบบเชิงภาษา โดยนำตัวแปรต่างๆ มาสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น
5. รูปแบบที่ลักษณะเป็นแผนภูมิ แบบแผน หรือโครงการ (Schematic Models) รูปแบบตามความคิดของ Steiner (1990) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. รูปแบบเชิงปฏิบัติ (Ethical Model or Model-of) เป็นการประเมินสถานะชุมชนแบบมีส่วนร่วม รูปแบบประเภทนี้ เป็นแบบจำลองทางกายภาพ เช่น แบบจำลองรถยนต์เครื่องบินจำลอง
2. รูปแบบเชิงทฤษฎี (Theoretical Model or Model – for) เป็นรูปแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากกรอบความคิดที่มีทฤษฎีเป็นพื้นฐาน ตัวทฤษฎีเองไม่ใช่รูปแบบหรือแบบจำลองเป็นตัวช่วยให้เกิดรูปแบบที่มีโครงสร้างต่างๆ ที่สัมพันธ์กัน

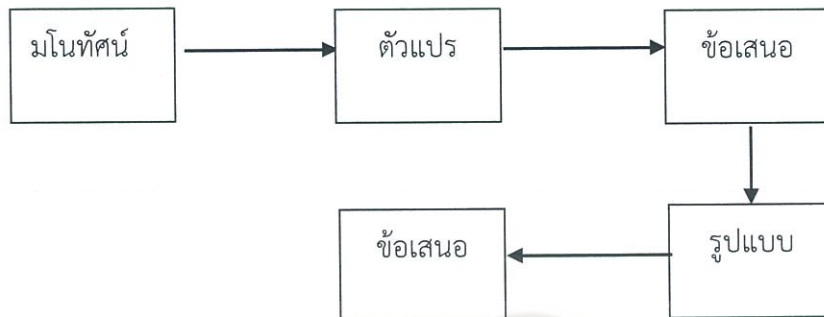
สรุป รูปแบบจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ รูปแบบเชิงอุปมาอุปมัย รูปแบบเชิงภาษา รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ รูปแบบเชิงสาเหตุ และรูปแบบที่มีลักษณะเป็นแผนภูมิ แบบแผน หรือ โครงการ

การสร้างรูปแบบ คือ การกำหนดมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เพื่อชี้แนะให้เห็นว่า รูปแบบเสนออะไร เสนออย่างไร เพื่อให้ได้อะไร และสิ่งที่ได้นั้นอธิบายปรากฏการณ์

อะไร และนำไปสู่ข้อค้นพบอะไรใหม่ๆ ขั้นตอนการสร้างรูปแบบเขียนเป็นภาพที่ 2.2 (Steiner, 1990, p. 108, Keeve, 1998, p. 49)

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวัด



ความสัมพันธ์ระหว่างข้อเสนอ คำทำนาย

ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนการสร้างรูปแบบ, By Steiner, (1990) and Keeve (1998), Bloomington, IN: Indiana University.

สรุป การสร้างรูปแบบต่างๆ ไม่มีข้อกำหนดที่แน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรูปแบบให้ชัดเจน โดยตั้งสมมุติฐานและหลักการของรูปแบบที่ต้องการพัฒนาให้ได้ก่อน แล้วลงมือสร้างรูปแบบตามสมมุติฐานตามหลักการที่ได้กำหนดไว้ เสร็จแล้วให้นำรูปแบบที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบหาประสิทธิภาพหาคุณภาพว่ารูปแบบนั้นสามารถนำไปใช้งานได้จริงหรือไม่อย่างน้อยเพียงใด

2.2.3 การพัฒนารูปแบบ

สมาน อัครภูมิ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการบริหารการประถมศึกษา ระดับจังหวัดโดยมีการพัฒนา ดังนี้

1. ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับหลักการและข้อมูลพื้นฐานประกอบการสร้างรูปแบบด้านการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
2. การสร้างรูปแบบขั้นต้น ด้วยการจัดทำร่างรูปแบบจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสารงานวิจัย และข้อสรุปที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิ

3. ประมวลความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ ด้วยการพัฒนาความสอดคล้อง ความเหมาะสม ของรูปแบบและความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ

4. ปรับปรุงแก้ไขและการพัฒนารูปแบบที่สมบูรณ์

2.2.3.1 การตรวจสอบรูปแบบ

รูปแบบการตรวจสอบโดยวิธีอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship Model) เป็นแนวคิดในการวิจัยโดยใช้วิธีในการประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งเป็นแนวคิดของ Eisner เป็นผู้พัฒนาแนวคิดนี้ขึ้นมา ซึ่งเป็นรูปแบบที่แตกต่างไปจากการประเมินอื่นๆ โดยมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นรูปแบบที่มีได้เน้นสัมฤทธิ์ผลของวัตถุประสงค์ตามรูปแบบของการประเมินแบบอ้างอิงเป้าหมาย (Goal Based Model) การตอบสนองปัญหาและความต้องการของที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบการประเมินแบบสนองตอบ (Responsive Model) หรือการรับกระบวนการตัดสินใจตามรูปแบบการประเมินแบบอิงการตัดสินใจ (Decision Making Model) อย่างไม่อย่างหนึ่ง แต่การประเมินโดยผู้รู้หรือผู้ทรงคุณวุฒิจะเน้นการวิเคราะห์วิจารณ์อย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่ถูกนำมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือกับกระบวนการตัดสินใจเสมอไปแต่อาจผสมผสานปัจจัยในการพิจารณาต่างๆ เข้าด้วยกัน ตามวิจรรย์ญาณของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพประสิทธิภาพ หรือความเหมาะสมของสิ่งที่ทำการประเมิน

2. เป็นรูปแบบการประเมินผลที่เน้นความเฉพาะทาง (Specialization) ในเรื่องที่ประเมินโดยพัฒนาจากการวิจารณ์งานศิลปะ (Art Criticism) ที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง และต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญระดับสูงมาเป็นผู้วินิจฉัย เนื่องจากในการวัดคุณค่าไม่อาจประเมินด้วยเครื่องวัดใดๆ ได้นอกจากวิจรรย์ญาณของผู้ทรงคุณวุฒิเท่านั้น ต่อมาได้มีการนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาระดับสูงในสาขาเฉพาะที่ต้องอาศัยผู้รู้ในเรื่องนั้นจริงๆ มาเป็นผู้ประเมินผล รูปแบบนี้จึงเป็นที่นิยมในการนำมาใช้ประเมินผลในวงการอุดมศึกษาที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง

3. เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ตัวบุคคลผู้ทรงคุณวุฒิตนเองเป็นเครื่องมือการประเมินผล โดยเน้นความเชื่อถือว่าผู้ทรงคุณวุฒินั้นจะเที่ยงธรรมและมีวิจรรย์ญาณที่ดี ทั้งนี้มาตรฐานและเกณฑ์พิจารณาต่าง ๆ นั้น จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญการของผู้ทรงคุณวุฒิ

4. เป็นรูปแบบที่ยอมให้มีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานของผู้ทรงคุณวุฒิตามอัธยาศัยและความถนัดของแต่ละคน นับตั้งแต่การกำหนดประเด็นสำคัญที่จะพิจารณาการบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการ การเก็บรวบรวม ประมวล และวินิจฉัยข้อมูล ตลอดจนวิธีการนำเสนอ ทั้งนี้การเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจะเน้นที่สถานภาพทางวิชาชีพ ประสบการณ์ และการเป็นที่เชื่อถือ (High Credibility) ของวิชาชีพนั้นๆ เป็นสำคัญ

การดำเนินการโดยวิธีอิงผู้ทรงคุณวุฒินี้ ถือว่าเป็นการประเมินทางการศึกษาที่เรียกว่าการวิพากษ์วิจารณ์ทางการศึกษานั้นเอง การวิพากษ์วิจารณ์ต้องอาศัยผู้ทรงคุณวุฒิติชม วิธีนี้ใช้มากทางอุดมศึกษาและมีความน่าเชื่อถือได้เพราะถือว่าการตัดสินหรือการวิพากษ์วิจารณ์โดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ในศาสตร์นั้นหรือในวิชาชีพนั้นๆ เป็นอย่างดี เป็นสิ่งที่ยอมรับได้

การจัดระบบระเบียบล่วงหน้า (Advanced Organizers) วิธีนี้คือ การวิพากษ์วิจารณ์ได้แก่ ค่านิยม และมโนทัศน์ที่ได้จากประเพณีหรือพิธี การทำงานประจำ และจากทฤษฎีโดยตรงและโดยอ้อมเกี่ยวกับธรรมชาติของมาตรฐานในการประเมินค่าและคุณภาพต่างๆ จุดการวิพากษ์วิจารณ์เหล่านี้สะสมอยู่ในตัวของผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งพื้นฐานการศึกษาและการฝึกฝนของผู้ทรงคุณวุฒิเหล่านั้นด้วย ในลักษณะดังที่กล่าวนี้ ผู้ทรงคุณวุฒิก็คือ “เครื่องมือ” ในการวิจัยตามรูปแบบนั่นเอง

2.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

2.3.1 ธุรกิจชุมชน

ธนาวิทย์ บัวฝ่าย (2557) ได้ศึกษาและได้กล่าวถึงธุรกิจ ชุมชนว่า หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน อันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการค้า และการบริโภคของชุมชน โดยจาก ความหมายของธุรกิจชุมชนข้างต้นจะเห็นได้ว่า ชุมชนซึ่งเป็นรากฐานของชนบทไทย จะเข้มแข็งได้นั้น ชุมชนจะต้องยืนหยัดด้วยลำแข้งของชุมชนเอง โดยอาศัยความร่วมมือ หรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในอันที่จะพัฒนากลุ่มธุรกิจของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นให้ มีความเจริญเติบโต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในภาคชนบทให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป ดังนั้นขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน ที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ค้นหาความต้องการของตลาด ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบถึงความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ความได้เปรียบทางด้านการผลิตหรือการแข่งขัน เพราะชุมชนแต่ละ พื้นที่มีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่แตกต่างกัน นั่นคือ ชุมชนควรตระหนักว่าจะนำทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่มาผลิตสินค้าอะไรซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ปัญหาดังกล่าวนี้ จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอะไร (What)

2. เลือกวิธีการผลิตที่เหมาะสม ธุรกิจชุมชนต้องทราบว่า ผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้าง จึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถนี้เป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิตให้มีการระดมสมองของคนเหล่านี้และยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น หน่วยงานราชการ สถาบันวิชาการต่างๆ นอกจากนี้ในการผลิตที่เหมาะสมของธุรกิจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยการ

ผลิต อันประกอบด้วย ที่ดิน (Land) แรงงาน (Labor) ทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน (Capital) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งในทาง เศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่า ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอย่างไร (How)

3. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบว่า ควรขายสินค้าให้กับใคร และลูกค้าจะซื้อสินค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งลูกค้าอาจแบ่งเป็นลูกค้าท้องถิ่น และลูกค้า นอกท้องถิ่นซึ่งขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่าลูกค้าเป็นใคร เช่น กรณีผ้าทอเกาะยอลูกค้าเป็นคนนอกท้องถิ่น กรณีปืมน้ำมัน ลูกค้าจะเป็นคนในท้องถิ่น สำหรับการเข้าถึงลูกค้านั้นสามารถแบ่งลูกค้าออกเป็นอีก 2 ประเภท ประกอบด้วย ลูกค้าปลีก คือ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปบริโภคเอง และลูกค้าส่ง คือ ลูกค้าที่ซื้อ สินค้าในปริมาณมากเพื่อนำไปขายต่อ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ปัญหานี้จะเรียกว่า ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตเพื่อใคร (For Whom)

4. กำหนดรูปแบบที่เหมาะสมรูปแบบที่เหมาะสมของธุรกิจชุมชน แบ่งเป็น

4.1 กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ(Informal Group) คือ ไม่มีการจดทะเบียนตามกรอบกฎหมายใด ๆ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน แต่ไม่สามารถทำนิติกรรมในนาม ของกลุ่มได้ ข้อเสียของการตั้งกลุ่มแบบนี้ คือ ไม่สามารถระดมเงินทุนได้ และข้อดี คือ การบริหารงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเนื่องจากสมาชิกจะบริหารงานภายในกลุ่ม

4.2 กลุ่มที่เป็นทางการ (Formal Group) คือ กลุ่มที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของสหกรณ์ หรือบริษัท จำกัด ข้อเสียของการจัดตั้งกลุ่ม คือ การบริหารงาน มีความซับซ้อนมากขึ้นและมีความล่าช้า สำหรับข้อดี คือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการจัดตั้งธุรกิจชุมชนนั้น มีดังต่อไปนี้ (ธนาวิทย์ บัวฝ้าย, 2557)

1. ความเข้าใจของสมาชิกจะต้องเข้าใจในความแตกต่าง ขอบเขต และข้อจำกัด ของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้น
2. ความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจชุมชนซึ่งบางชุมชนอาจทำการผลิตแค่พออยู่พอกินรูปแบบของกลุ่มอาจเป็นเพียงกลุ่มเพื่อการผลิต เช่น กลุ่มทำนา หรือกลุ่ม เลี้ยงสัตว์บางชุมชนอาจมีเป้าหมาย คือ กำไร เพื่อนำกำไรมายกระดับชีวิตความเป็นอยู่ ของสมาชิกให้ดีขึ้น
3. เงินทุน เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ดังนั้น การดำเนินธุรกิจชุมชนจึงควรเริ่มจากกิจกรรมเล็กไปใหญ่ ค่อยๆ สะสมเงินทุนจากชุมชนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับธุรกิจการรวมทุนที่เล็กกละน้อยอาจเข้ากันไป ชุมชนอาจสามารถระดมทุนในรูปแบบของสหกรณ์หรือบริษัทก็ได้

4. ทรัพยากรบุคคล ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะต้องมีความรู้ความสามารถ ทั้งด้านภูมิปัญญา ท้องถิ่น และวิทยาการใหม่ๆ ทั้งนี้จะต้องเป็นคนที่รักงานของชุมชน ชอบงาน ทำทนาย มีความเสียสละ ไม่หวังผลตอบแทนมากเกินไป

5. การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ถ้าสมาชิกไม่ร่วมมือ ธุรกิจชุมชนก็เกิดขึ้นไม่ได้ โดยที่สมาชิกควรมี 4 ร่วม คือ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนหรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศแต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศหากกลุ่มคนในชุมชนหรือเกษตรกรเหล่านี้มีรายได้สูงขึ้น จะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศโดยในการประกอบธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน แบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน ให้ชาวบ้านในชุมชนได้คิดเอง วางแผน และตั้งเป้าหมายด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการแก้ปัญหา ปากท้องของคนส่วนใหญ่ในประเทศและสามารถลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองเพื่อหางานทำ อีกทั้งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของภาคชนบท (ธนาวิทย์ บัวฝ้าย, 2557)

ธุรกิจชุมชนเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ในงานพัฒนา แต่กำลังได้รับความสนใจจากหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยตระหนักดีว่าภายใต้สภาวะการณ์เศรษฐกิจสังคม ในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ชุมชนทำธุรกิจที่สอดคล้องกับเงื่อนไขของตนเองเป็นแนวทาง การพัฒนาที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ได้มีการระบุแนวทางการทำงานพัฒนาว่าเป็นแบบบูรณาการ กล่าวคือ การพยายามประสานการพัฒนาทุกด้านเข้าด้วยกันโดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การพัฒนาคน หรือกล่าว อีกนัยหนึ่ง คือ คนเป็นศูนย์กลางของงานพัฒนาเพื่อให้นโยบายดังกล่าวบังเกิดผลเป็นรูปธรรม จึงจำเป็นต้องมีโครงการปฏิบัติการรองรับ การพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นแนวทางหนึ่ง ที่มีเป้าหมายที่จะพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น หมายถึง การพัฒนาและเสริมสร้าง ความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัวและชุมชนเน้นให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนพร้อมกับการพัฒนาด้านสังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง โดยกล่าวได้ว่า “ธุรกิจชุมชน” คือ กุญแจสำคัญอีกอันหนึ่ง ที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน แต่การที่จะบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัย การผนึกกำลังของทุกฝ่ายทุกระดับ ทั้งภาครัฐ องค์กรเอกชน ภาคธุรกิจ นักวิชาการ องค์กรประชาชน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วม ของภาคีดังกล่าวให้เกิดการร่วมมือร่วมปฏิบัติงานด้วยกัน ตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมเรียนรู้ และร่วมกันทำงานภายใต้ความรัก ความเมตตา ความเอื้ออาทร ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน ธุรกิจชุมชนจึงมีความหมายครอบคลุมการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต ของคนใน

ชุมชน โดยเฉพาะในชนบท ซึ่งจะไม่เน้นเฉพาะการสร้างรายได้ และการตีค่าการพัฒนาเป็นเพียงตัวเลขที่บ่งบอกถึงอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเงินแต่เพียง อย่างเดียว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ปัจจุบันมีการทำธุรกิจชุมชนทั้งที่มีแนวทางในการดำเนินการทั้งแบบ “จากบนลงล่าง” และ “จากล่างขึ้นบน” อยู่ประมาณ 7,000 แห่งซึ่งนับว่าน่าพอใจในเชิงปริมาณแต่หาก พิจารณาในแง่คุณภาพแล้วอาจถือได้ว่าธุรกิจชุมชนเหล่านี้ยังอยู่ในขั้นตอนของการเริ่มต้น เท่านั้น เพราะฉะนั้นส่วนใหญ่จึงยังไม่เข้มแข็ง และมีจุดอ่อนอยู่หลายแห่ง เช่น การขาด แหล่งเงินทุน ขาดความรู้ด้านบริหารจัดการ ความรู้ด้านการตลาด ความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจ นอกจากนั้นในส่วนของรัฐยังมีกฎระเบียบหลายอย่างด้านกฎหมายที่ไม่เอื้ออำนวย ต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจชุมชน การพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อนความละมุนละม่อมในการประสานสร้างความร่วมมือ ให้เกิดขึ้นทั้งระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มหรือองค์กรนั้นและการประสานให้เกิดการสนับสนุน ซึ่งกันและกันของทุกภาคที่เกี่ยวข้อง หัวใจสำคัญของกระบวนการพัฒนาความเข้มแข็ง ขององค์กรชุมชน คือ การศึกษาศักยภาพชุมชนและการวิเคราะห์ปัญหาหรือเงื่อนไข ข้อจำกัดของชุมชน และกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เพื่อการวางแผนวิธีการและขั้นตอน การทำงานได้ตรงประเด็น ชัดเจน ทั้งนี้โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน การทำงานโดยวิธีนี้เท่ากับเป็นการประสานความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้หรือ ประสบการณ์ ตลอดจนเทคนิควิธีจากภายนอก ที่นักพัฒนาหรือเจ้าหน้าที่นำไป แลกเปลี่ยนกับชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน. สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน. 2553) ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน ได้แบ่งประเภทของการลงทุนเพื่อทำธุรกิจ ออกเป็น 2 แบบ คือ การลงทุนโดยนายทุนเอกชนภายนอก ในลักษณะสร้างงานในชุมชน กล่าวคือมีการจ้างคนในชุมชนเป็นแรงงานผลิตการลงทุนในลักษณะนี้โดยทั่วไปคนในชุมชน จะไม่มีบทบาทหรือส่วนร่วมอะไรในการบริหารกิจการ ส่วนอีกรูปแบบ คือ ชุมชนร่วมกัน ลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ โดยมีภาครัฐหรือหน่วยงานพัฒนาทั้งรัฐหรือองค์กรพัฒนา เอกชนให้การสนับสนุน (ธนาวิทย์ บัวผ้าย, 2557)

นอกจากนั้น ยังเห็นความสำคัญของความร่วมมือกับธุรกิจเอกชนในลักษณะ การร่วมทุนระหว่างองค์กรธุรกิจชุมชนกับธุรกิจเอกชน เพื่อให้กิจการนั้นสามารถขยาย และเติบโตได้มากขึ้น ทั้งนี้ โดยเน้นว่าการร่วมทุนนี้จะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในการกำหนดแนวทางการทำงาน และการตัดสินใจ ต้องมีการกระจายผลประโยชน์ อย่างยุติธรรม บทบาทภาคธุรกิจเอกชนนอกเหนือ การร่วมทุน คือ การช่วยเหลือด้านบริหารจัดการให้กับธุรกิจชุมชน โดยอาจจัดตั้งในลักษณะหน่วยงานจัดการกลางทางด้านการตลาด ช่วยจัดการเรื่องการตลาดให้กับองค์กรธุรกิจชุมชนในระยะเริ่มต้นเป็นต้น ประการสำคัญ คือ ธุรกิจชุมชนต้องเป็นธุรกิจที่พัฒนาทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ คงความหลากหลายของธุรกิจชุมชนให้เป็นไปตามศักยภาพและความต้องการของชุมชน โดย

อินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีส่วนช่วยทำให้ผู้ผลิต ในที่นี้หมายถึง เกษตรกรได้รับความยุติธรรม ในแง่การซื้อขาย และไม่ถูกขูดรีดเอาเปรียบจากพ่อค้าหรือนายทุน เนื่องจากสามารถใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการทำธุรกรรมซื้อขายต่างๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ช่วย ยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนหนึ่งอันเนื่องมาจากเทคโนโลยี การสื่อสารหรือที่เรียกว่าสื่อใหม่ (ธนาวิทย์ บัวฝ้าย, 2557)

ภูมิปัญญาและทรัพยากรภายในประเทศไทยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากมาย หากมีการสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยมุ่งเน้นยกระดับรายได้ และความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ในชนบทบนพื้นฐานของความเป็นไทย ด้วยภูมิปัญญาไทยที่ชาติอื่นหรือชาติตะวันตกไม่มีพัฒนาเป็นจุดเด่นในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ของภูมิภาค โดยการเริ่มต้นที่การสร้างฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งมุ่งพัฒนาชุมชนชนบท ให้สามารถพึ่งพาตนเอง มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ก่อให้เกิดสังคมที่เข้มแข็ง บนพื้นฐานความเป็นไทย และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือว่าเป็นก้าวเดินก้าวใหม่ ของสังคมไทยที่จะเริ่มต้นเดินอีกครั้งด้วยความเข้มแข็ง และมั่นคง เพื่อความอยู่ดีกินดี ของคนไทยทุกคน (มงคล ด่านธานินทร์. 2545 : 5)

แนวคิดธุรกิจชุมชน นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เรื่องอินเทอร์เน็ตกับการพัฒนา ชุมชน เนื่องจากการจะลงไปทำธุรกิจชุมชนนั้น จะต้องรู้พื้นฐานเบื้องต้นก่อนเพราะธุรกิจปกติธรรมดาทำกับธุรกิจชุมชนมีความต้องการและวัตถุประสงค์ต่างกัน โดยอินเทอร์เน็ตชุมชนนี้จะมุ่งประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นหลักโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากร หรือ ภูมิปัญญาของคนในแต่ละชุมชนเป็นสำคัญ โดยใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมระหว่างชุมชน และการทำธุรกิจ โดยมุ่งหวังที่จะให้ชุมชนมีรายได้โดยใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ของ ตนเองมาก่อให้เกิดประโยชน์นั้นเป็นการเอื้ออำนวยความสะดวกและ ทยอยยื่นเทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่เข้าไปในชุมชน เพื่อให้เกิดธุรกิจที่กระทำเพื่อให้เกิดประโยชน์ ต่อคน ในชุมชนโดยผลตอบแทนที่ได้ก็เพื่อคนในชุมชนนั้นๆ เอง (อุทิศ ศิริวรรณ และคณะ, 2545, น. 6)

ธุรกิจชุมชน คือ ธุรกิจที่ชุมชนเป็นเจ้าของ มีกรรมสิทธิ์และมีอำนาจบริหารจัดการ เพื่อ แสวงหากำไรให้แก่สมาชิก จุดเริ่มต้นแนวคิดธุรกิจชุมชนมีวิวัฒนาการมาจากนักคิดสายนักสมาคม สังคมนิยม หรือนักสหกรณ์สังคมนิยม (Socialist Associationist) โดยเห็นว่าปัจเจกบุคคลหากได้ ร่วมมือร่วมใจจัดตั้งเป็นกลุ่มก้อน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันทางเศรษฐกิจ สังคม โดยใช้ความสามารถ ความ อดุสาหะ ภูมิปัญญาของตน โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพากรัฐบาลก็สามารถยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ของตนเองได้ และด้วยความเชื่อนี้ กลุ่มนักคิดเหล่านี้จึงปรารถนาที่จะเห็นการรวมตัวของ กลุ่มคนในสังคม เช่น กรรมกร เกษตรกร ซึ่งกลุ่มนักคิดในแนวคิดนี้ คือ Robert Owen, Charles Fouriers, Louis Blanc (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542)

Robert Owen นอกจากจะเป็นนักคิดแล้ว โอเวนยังเป็นนักทดลองและนักปฏิบัติตามแนวคิดของตนเองอีกด้วย โดยงานเขียนที่สำคัญคือ "The new view of society" มีเนื้อหาคุ้มครองผู้ใช้แรงงานโดยเฉพาะแรงงานเด็ก งานภาคปฏิบัติที่สำคัญ คือ การปรับเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคลของตนเองเป็นกรรมสิทธิ์ของคนงานทุกคน ส่งเสริมการตั้งสหภาพแรงงาน เพื่อเป็นองค์กรต่อสู้และช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนงาน การจัดการในโรงงานเน้นหลักสหกรณ์ คือ ไม่มีการขูดรีด และสภาพการทำงานมุ่งเน้นคุณภาพชีวิตของคนงาน

แนวคิดของ Robert Owen มีความสอดคล้องกับ Adam Smith ในเรื่องการคิดมูลค่าสิ่งของควรคิดจากปริมาณแรงงานที่ใช้ผลิตสินค้านั้น ๆ Robert Owen จึงใช้บัตรแรงงาน โดยระบุมูลค่าบัตรตามจำนวนชั่วโมงที่ใช้ในการทำงานนั้นๆ เป็นสิ่งตอบแทน แต่วิธีการนี้ก็ประสบความล้มเหลวในเวลาต่อมา เนื่องจากคนงานบางกลุ่มทุจริตจำนวนชั่วโมงทำงาน ประเด็นที่น่าสนใจของ Robert Owen คือ เขาเป็นจุดเริ่มของกระแสแนวคิดการส่งเสริมให้แรงงานมีการรวมกลุ่มช่วยเหลือกันเอง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตภายใต้ระบบการจัดการเชิงสหกรณ์

Charles Fourier เสนอแนวความคิดในการจัดตั้งชุมชนที่เรียกว่า "ฟาลังสแตร์ (Phalansateris)" เพื่อเป็นชุมชนที่สามารถดำเนินชีวิต เรียนรู้ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดความสุขและสันติ ลักษณะพิเศษคือ มีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จำเป็นทั้งการผลิต การแลกเปลี่ยนค้าขายทั้งภายในชุมชนกับสังคมภายนอก ชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองจะมีลักษณะเป็น self-sufficient Community รวมถึงการมีบริการต่าง ๆ ที่คำนึงถึงคนจน เช่น อาหารฟรีสำหรับคนจน

Charles Fourier เสนอแนววิธีการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ในชุมชนในรูปแบบคล้ายๆ บริษัท โดยยังคงความเป็นกรรมสิทธิ์ส่วนบุคคล แต่ให้สมาชิกชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ประเด็นที่น่าสนใจ คือ ปรัชญาการดำเนินชีวิตของชุมชนนี้ การงานและการพักผ่อนสามารถดำเนินไปด้วยกันได้ และอาชีพเกษตรกรรมต้องเข้ามาแทนที่อาชีพอุตสาหกรรม โดยแนวคิดนี้ Charles Fourier พยายามที่จะทำให้ทุกคนชั้นสามารถอยู่ร่วมกันในชุมชนโดยไม่มีการแบ่งแยกชนชั้น ซึ่งเป็นข้อเสนอที่น่าสนใจของการอยู่ร่วมกันในสังคม

Louis Blanc ไม่เห็นด้วยกับปรัชญาการแข่งขันในระบบทุนนิยม เขาเห็นว่าการแข่งขันก่อให้เกิดความพยายามลดต้นทุน ซึ่งจะนำไปสู่การกดขี่ขูดรีดแรงงาน เพื่อลดต้นทุนด้านแรงงานและปัญหาสังคมที่ตามมา Louis Blanc เห็นว่ากำไรที่ได้ควรมีการจัดสรรให้กับสวัสดิการคนงาน การเก็บสำรองฉุกเฉิน และนำไปลงทุนเพิ่ม จุดอ่อนแนวคิดของ Louis Blanc คือ การปราศจากสภาพการแข่งขันอาจหมายถึงการผูกขาด ซึ่งไม่ยุติธรรมต่อผู้บริโภค

แนวคิดและรูปแบบการดำเนินการของหลุยส์ บลังค์ ที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และการพึ่งพาตนเอง การอำนวยความสะดวก การบริการแก่สมาชิก การไม่เน้นการแสวงหากำไรส่วน

บุคคลเป็นรูปแบบแนวคิดธุรกิจชุมชนที่แพร่หลายและมีบทบาทในหลายประเทศ กรณีศึกษาที่นำมาพิจารณา คือ ขบวนการสหกรณ์มอนดรอگون (Mondragon) ของประเทศสเปน

สรุปได้ว่า ลักษณะสำคัญของธุรกิจชุมชน คือ ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชนเป็นหลัก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมกับภูมิปัญญาสากล มีการดำเนินการแบบบูรณาการ มีกระบวนการเรียนรู้ และมีการพึ่งตนเอง

2.3.2 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Thumbon One Product)

OTOP เป็นคำย่อที่มาจากคำว่า One Thumbon One Product ที่นำแนวคิดมาจากประเทศญี่ปุ่นในโครงการ OVOP One Village One Product ซึ่งเป็นโครงการที่รัฐบาลเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

2.3.2.1 ปรัชญาในการจัดตั้งโครงการ OTOP

1) “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการ พื้นฐาน 3 ประการ คือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) และ 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

2) ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

3) วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งโครงการ OTOP จากนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ

- 3.1) สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
- 3.2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3.3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 3.4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 3.5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

4) OPC (OTOP Product Champion) คืออะไร ในปี 2546 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ. นตผ.) โดย ฯพณฯ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) ประธานคณะกรรมการได้กำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเรื่องสินค้า OTOP Product Champion โดยจะคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาค และประเทศ รวมทั้ง มีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links – Global Reaches)

- 5) กรอบในการคัดสรร OPC ของจังหวัดและประเทศ
 - 5.1) สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราสินค้า (Brand Equity)
 - 5.2) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพเดิม (Continuous & Consistent)
 - 5.3) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีความคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction)
 - 5.4) มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

6) ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร (Product Classification) ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

- 6.1) ประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตผลทางการเกษตรที่บริโภคสด เช่น ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น
- 6.2) ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุราแช่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์

ประเภทขงละลาย ชิงผงสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น

6.3) ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยธรรมชาติและเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น

6.4) ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเขียน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น

6.5) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

6.6) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่อาหารบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น หมายเหตุ: ในกรณีที่มีปัญหา ไม่สามารถจัดอยู่ในประเภทใด ให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

7) หลักเกณฑ์การคัดสรร OPC หลักเกณฑ์การคัดสรร OPC ที่จะกล่าวต่อไปนี้ใช้ในการคัดเลือกสินค้า “ผู้ผลิต” ซึ่งได้แก่

7.1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกลุ่มกันทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ และไม่มีการจดทะเบียน ได้แก่ กลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิ โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีการร่วมกันผลิต บริหารจัดการ และรับผลประโยชน์

7.2) กลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ วิสาหกิจที่มีจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้ว ตามจำนวนที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งสินค้าของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ตามข้อ 1 และ 2 จะต้องผ่านคุณสมบัติผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้

กรอบแนวคิดของหลักเกณฑ์คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) ปี พ.ศ. 2547 โดยการสร้างหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) ที่สามารถใช้พิจารณาได้กับทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria)

8) การจัดระดับของสินค้า มีอะไรบ้าง ในปี พ.ศ. 2547 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ. นตผ.) มีนโยบายจะเน้น “คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์” โดยผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าคัดสรร ต้องได้รับรองมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งได้แก่ มาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เป็นสำคัญ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ต้องผ่านมาตรฐาน หรืออยู่ใน กระบวนการพัฒนา เพื่อให้ได้มาตรฐาน

ดังนั้น จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Criteria) และหลักเกณฑ์เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ใหม่ โดยกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ได้แก่ ด้านหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านการผลิต และความเข้มแข็งของชุมชน 40 คะแนน ด้านตัวผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน และด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ 30 คะแนน ซึ่งจะนำมากำหนดระดับสินค้า (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 90 คะแนนขึ้นไป เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก
 2. ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 89-90 คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากลได้
 3. ระดับ 3 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 70-79 คะแนน เป็นสินค้าระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาว
 4. ระดับ 2 ดาว ได้คะแนนระหว่าง 60-69 คะแนน เป็นสินค้าสามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
 5. ระดับ 1 ดาว ได้คะแนนต่ำกว่า 60 คะแนน เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และยากต่อการพัฒนา
- 8) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ จังหวัด ได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คณะ ให้มีหน้าที่วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการแปรรูป ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนติดตามประเมินและรายงานความก้าวหน้าให้คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดทราบทุกระยะ

2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

2.4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของ “การมีส่วนร่วมของชุมชน” ไว้แตกต่างกันไปพอสรุปได้ดังนี้

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการของการพัฒนาโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหาการวางแผนการตัดสินใจการระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่นการบริหารจัดการการติดตามประเมินผลรวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการโดยโครงการจะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน (ปาริชาติ วลัยเสถียร, 2542)

ทวิทอง หงส์วิวัฒน์ (2537) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่าเป็นการพัฒนาความสามารถของประชาชนในชุมชนในการควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรรวมถึงปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคมในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเอง

เมตต์ การรุณจิต (2541) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือชุมชน

โดยสรุปแล้วความหมายของการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ปัญหาไปจนถึงการลงมือปฏิบัติและการประเมินผลซึ่งเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการการควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงอยู่ของบุคคลหรือชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างยั่งยืน

ชูชาติ พ่วงสมจิตร (2540) เห็นว่าควรจำแนกขั้นตอนในการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในขั้นริเริ่มโครงการเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการนั้นๆ

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในขั้นวางแผนเป็นขั้นที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการกำหนดแนวทางและวิธีการดำเนินงานกำหนดทรัพยากรและแหล่งของทรัพยากรที่จะใช้ในโครงการ

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในขั้นดำเนินโครงการเป็นขั้นที่ประชาชนเข้ามามีส่วนในการทำประโยชน์แก่โครงการโดยการร่วมช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์วัสดุอุปกรณ์และแรงงานหรือโดยการบริหารงานและประสานงานตลอดจนการดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอกเป็นต้น

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในขั้นประเมินผลโครงการเป็นขั้นที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินว่าโครงการที่ดำเนินการนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่การประเมินผลนี้อาจเป็นการประเมินผลย่อยซึ่งเป็นการประเมินผลก้าวหน้าของโครงการที่กระทำกันเป็นระยะๆ หรือการประเมินผลรวมซึ่งเป็นการประเมินผลสรุปรวมยอดโครงการทั้งหมด

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2542) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม 2 ลักษณะคือ

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนาโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการได้แก่การร่วมกันค้นหาปัญหาการวางแผนการตัดสินใจการระดมทรัพยากรและเทคโนโลยีท้องถิ่นการบริหารจัดการการติดตามประเมินผลรวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการโดยโครงการดังกล่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

- 2.1 ส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชนอันจะก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตนและได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา

- 2.2 การเปลี่ยนแปลงการพัฒนาโดยรัฐมาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลักโดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาคเพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศให้มีอำนาจทางการเมืองการบริหารมีอำนาจต่อรองในการจัดสรรทรัพยากรอยู่ในมาตรฐานเดียวกันโดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้ กล่าวได้ว่าเป็นการคืนอำนาจในการพัฒนาให้แก่ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง

สมชาย สนั่นเมือง (2541) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการท่องเที่ยวว่าชุมชนควรเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมอย่างครบถ้วนในทุกระดับได้แก่

1. ระดับนโยบายจะต้องมีการหาทางให้สมาชิกในชุมชนทุกชุมชนทุกคนทุกระดับรับทราบนโยบายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. ระดับแผนจะต้องหาทางให้ชุมชนเข้าใจแบบแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ชัดเจนทุกระดับแผน

3. ระดับปฏิบัติให้สมาชิกชุมชนกลุ่มต่างๆ ทุกชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ศึกษาแผนปฏิบัติแนวทางและวิธีปฏิบัติให้เข้าใจจนสามารถให้ความร่วมมือและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง มีการแนะนำอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอนของการปฏิบัติจนกว่าจะมั่นใจได้ว่าสมาชิกชุมชนทุกชุมชนทุกคน ทุกระดับดำเนินการไปถูกต้องทิศทางแล้ว

4. มีการติดตามประเมินผลและให้การแนะนำอย่างต่อเนื่อง

พจนานา สนวนศรี (2542) ได้กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถตอบสนองและพัฒนาสู่กระบวนการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนได้ภายใน มิติต่าง ๆ ดังนี้

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อมกิจกรรมนี้ควรก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติรวมทั้งจำกัดให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

2. มิติด้านการเมืองกิจกรรมนี้ควรเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่างโดยการสร้างกระบวนการวางแผนและการตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

3. มิติด้านสังคมและวัฒนธรรมกิจกรรมนี้ควรสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มคนที่ต่างวัฒนธรรม (เมือง - ชนบท) เพื่อเพิ่มความเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งการเท่าทันต่อวัฒนธรรมแบบเมืองที่เติบโตอย่างรวดเร็วในฐานะ

4. มิติด้านเศรษฐกิจกิจกรรมนี้ควรนำไปสู่การกระจายรายได้และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวให้เกิดกับชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้นประชาชนในพื้นที่จะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา และควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองภายใต้มิติที่ไม่ขัดแย้งกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมในการจัดการของตนเองด้วยความเต็มใจประชาชนในชุมชนสามารถใช้ประโยชน์และได้รับผลประโยชน์จากการจัดการโดยตรงทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยอำนาจการตัดสินใจทั้งหมดต้องอยู่ที่ประชาชนในชุมชนตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจอันนำไปสู่การตัดสินใจ การวางแผนการปฏิบัติการติดตามและแนะนำการได้รับประโยชน์

การมีส่วนร่วมเป็นการพัฒนาความสามารถของประชาชนในชุมชนในการใช้ประโยชน์ และกระจายทรัพยากรรวมถึงการทำให้มีปัจจัยในการผลิตในชุมชนเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีพด้านเศรษฐกิจและสังคมตามความสามารถและตามความจำเป็นและในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนการมีส่วนร่วมนี้เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนตามแนวการปกครองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถพัฒนาการรับรู้และความสามารถในการตัดสินใจกำหนด

รูปแบบในการดำเนินชีวิตของตนตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกมาในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนอย่างเป็นตัวของตัวเองการมีส่วนร่วมต้องยึดแนวทางปฏิบัติดังนี้ (ทวิทอง หงส์วิวัฒน์, 2537)

1. ประชาชนเป็นหลักในการแก้ปัญหาของเขาเองรัฐและองค์กรเป็นตัวกระตุ้นหรือเสริมหรือสนับสนุนเท่านั้น
2. กิจกรรมต้องเริ่มจากพื้นฐานของชุมชนวิถีชีวิตที่ดำรงอยู่ในชุมชนการยึดเยียดกิจกรรมจากภายนอกจะไม่นำไปสู่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงเป็นการทำลายศักยภาพขาดความมั่นใจในตนเอง
3. การกระจายและสื่อสารข้อมูล เพื่อพัฒนาการรับรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแก้ปัญหาการดำเนินการดังกล่าวต้องอยู่บนฐานของความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมระบบความคิด ค่านิยมของชุมชนตลอดจนมาตรฐานพฤติกรรมที่แตกต่างกันระหว่างสังคมชนบทกับสังคมเมือง ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

ลักษณะแรกการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการทุกขั้นตอนตั้งแต่ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาการร่วมคิดและหาวิธีแก้ไขปัญหาร่วมวางแผนร่วมวางแผนงาน หรือโครงการร่วมตัดสินใจ ร่วมคิดหาวิธีใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนร่วมปฏิบัติตามนโยบายหรือแผนงานให้บรรลุตามผลที่กำหนดไว้และร่วมควบคุมติดตามและประเมินผลให้เป็นไปตามขั้นตอนที่เตรียมไว้และลักษณะที่สองคือ การมีส่วนร่วมไม่แท้จริงคือประชาชนมีส่วนร่วมเพียงบางส่วนเท่านั้นโดยเฉพาะการเข้าร่วมเพื่อปฏิบัติตามโครงการที่ได้กำหนดไว้แล้วซึ่งส่วนใหญ่ปัจจุบันจะเป็นการเข้าร่วมในลักษณะนี้มากกว่า

การจัดสวัสดิการด้านต่าง ๆ ที่องค์การภาครัฐจัดให้บริการกับประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชนหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการมีส่วนร่วมส่งเสริมพัฒนาให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงเป็นไปตามแผนและวัตถุประสงค์ที่วางไว้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานการพัฒนาการให้บริการศูนย์เยาวชนมิติใหม่ของกรุงเทพมหานครเพราะการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้ใช้บริการหน่วยงานหรือองค์การภาคต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานจะเป็นตัวชี้วัดแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการดำเนินงานและเป็นเครื่องมือที่จะช่วยชี้แนะแนวทางการดำเนินงานให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ การจัดกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนกำหนดขั้นตอนของกระบวนการในการดำเนินการตามที่ ทศพล กฤตยพิสิฐ. (2538, น. 13) ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นขั้นตอนต่างๆ ได้ 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในขั้นการริเริ่มการพัฒนาซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นพบปัญหาและหาสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผนในการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการและแนวทางการดำเนินงานตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้

ขั้นตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ในการสนับสนุนทรัพยากรด้านการเงินวัสดุอุปกรณ์แรงงานหรือเข้าร่วมบริหารประสานงานและขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก

ขั้นตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ขั้นตอนที่ 5 การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมประเมินว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

แนวทางการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นในการพัฒนาบริการศูนย์เยาวชนมิติใหม่เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการในกิจกรรมและการบริหารในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาแก้ไขปัญหาวางแผนตัดสินใจระดมทรัพยากรบริหารจัดการและติดตามประเมินผลซึ่งในการมีส่วนร่วมดำเนินการนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมในทุกขั้นตอนอาจจะเป็นขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งก็ได้ตามความพร้อมเพื่อให้การดำเนินงานพัฒนาการบริการศูนย์เยาวชนมิติใหม่ได้ดำเนินการอย่างสอดคล้องความต้องการของผู้ใช้บริการในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมลักษณะ 5 ประการคือ

1. ร่วมคิด คือ การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาวิเคราะห์ปัญหารวมทั้งการร่วมกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาที่ต้องการ
2. ร่วมทำ คือ การมีส่วนร่วมในการร่วมปฏิบัติหรือผลักดันการดำเนินการเพื่อให้บรรลุผลในสิ่งที่ต้องการและเป้าหมายที่ตั้งไว้

3. ร่วมตัดสินใจ คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือเลือกกระทำหรือไม่กระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4. ร่วมรับผลประโยชน์ คือ การมีส่วนร่วมในการร่วมรับผลของการดำเนินการหรือการปฏิบัติที่เกิดขึ้น

5. ร่วมประเมิณผล คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินหรือให้คุณค่ากับผลของการดำเนินงานที่เกิดขึ้น

หลักของการมีส่วนร่วม มีหลักการพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความเชื่อพื้นฐานว่าประชาชนหรือผู้รับบริการมีศักยภาพที่จะเรียนรู้และพัฒนาภูมิปัญญาของตนเองหากเขามีโอกาสและมีเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย

2. การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องของอิสรภาพหรือความสมัครใจที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วม การบังคับไม่ว่าในรูปแบบของการคุกคาม การระดม การว่าจ้างไม่ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วม

3. การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องของความเสมอภาคประชาชนไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใดก็จะต้องมีสิทธิเท่าเทียมกับผู้เข้าร่วมอื่นๆ

เงื่อนไขหรือปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการมีส่วนร่วมนั้น (อรทัย ก๊กผล, 2552, น. 2-5) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะประสบความสำเร็จได้ควรยึดหลัก 4s คือ

1. Star Early หรือการเริ่มต้นเร็ว : กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องเริ่มต้นตั้งแต่ระยะแรกมีการให้ข้อมูลกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นและให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนก่อนการตัดสินใจความล้มเหลวของการมีส่วนร่วมของประชาชนในอดีตมักเกิดจากภาครัฐเริ่มกระบวนการมีส่วนร่วมช้าหลังจากมีการตัดสินใจเรียบร้อยแล้วหรือมีข้อผูกมัดอื่น ๆ จนเปลี่ยนแปลงไม่ได้หรือหลังจากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นอย่างไรก็ตามการจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นก่อนการตัดสินใจมิได้หมายความว่าก่อนการตัดสินใจไม่กัวันไม่กี่สัปดาห์ มิติเวลาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนความจริงใจของหน่วยงานรัฐในกระบวนการมีส่วนร่วม ควรให้มีเวลาเพียงพอในการรับฟังความคิดเห็นอย่างกว้างขวางเพื่อทำให้การตัดสินใจสะท้อนความคิดเห็นของชุมชนนอกจากนี้การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่ต้นมีประโยชน์ช่วยให้ประชาชนมีเวลาคิดถึงทางเลือกหรือแนวทางการแก้ปัญหาของชุมชนที่เหมาะสมมากขึ้นและเป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการ ดังนั้นการบริหารการมีส่วนร่วมที่ต้นควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นในการตระหนักถึงปัญหาความจำเป็นของโครงการหรือในขั้นของการหาข้อมูลพื้นฐานเช่นหากเป็นกรณีการทำโครงการโรงไฟฟ้าหรือที่ทิ้งขยะควรต้องปรึกษาหารือถึงความจำเป็นของการมีโรงไฟฟ้าหรือที่ทิ้งขยะหรือไม่ก่อนจะถามว่าควรตั้งที่นี่หรือไม่

2. Stakeholder หรือครอบคลุมผู้ที่เกี่ยวข้อง : หลักการสำคัญของการมีส่วนร่วมอีกประการหนึ่งคือการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ต้องการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางผู้ที่ได้รับผลกระทบหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อมถือว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรมีโอกาสเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วม แต่กลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงอาจถือว่าต้องรับฟังข้อมูลหรือปรึกษาหารือเป็นอันดับแรกๆ หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องให้ความสำคัญในการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระยะมิตรวังมิให้เกิดการผิดกลุ่มเป้าหมายต้องตระหนักว่าประชาชนแต่ละกลุ่มได้รับผลกระทบจากประเด็นการตัดสินใจไม่เท่ากันบ่อยครั้งที่เรามักคิดว่าประชาชนเป็นคนกลุ่มเดียวกันทั้งที่ความจริงผู้ได้รับผลกระทบมีหลากหลายกลุ่มการบริหารจัดการมีส่วนร่วมต้องมั่นใจว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญเท่ากันทุกกลุ่มได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมและแต่ละกลุ่มอาจมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันเพื่อเอื้ออำนวยให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมได้เช่นกำหนดเวลารับฟังความคิดเห็นที่ชาวบ้านมาร่วมได้หรือการใช้ภาษาท้องถิ่นรวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้ชาวบ้านในการเดินทางไปร่วมแสดงความคิดเห็น

3. Sincerity หรือความจริงใจ : การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีความละเอียดอ่อนและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมและประชาชนถือว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญในการบริหารการมีส่วนร่วมให้ประสบความสำเร็จหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของโครงการหรือมีอำนาจอนุมัติต้องจัดการกระบวนการอย่างจริงใจเปิดเผย ซื่อสัตย์ปราศจากอคติให้เกียรติซึ่งกันและกันมีการสื่อสารสองทางอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและพอเพียงตอบสนองต่อความสงสัยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมทั้งแจ้งความก้าวหน้าหรือการเปลี่ยนแปลงของโครงการอย่างต่อเนื่องอธิบายกระบวนการโครงการต่างๆ อย่างชัดเจนลดข้อสงสัยต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดข้อสงสัยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระยะเริ่มต้นขณะเดียวกันตั้งใจรับฟังข้อมูลและความคิดเห็นและนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือนำมาซึ่งความร่วมมือความเข้าใจและการสื่อสารที่ดีขึ้น

4. Suitability หรือวิธีการที่เหมาะสม : หลักการที่สำคัญประการสุดท้ายของการบริหารการมีส่วนร่วม คือ การเอาเทคนิคหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องคำนึงถึงความเหมาะสมโดยพิจารณาจากประเภทและขนาดของโครงการความหลากหลายและลักษณะที่แตกต่างกันของพื้นที่และของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดจนความแตกต่างด้านวัฒนธรรมสังคมและค่านิยมระดับความสนใจของชุมชนในประเด็นหรือโครงการความสามารถและความพร้อมรวมทั้งข้อจำกัดของหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกระบวนการมีส่วนร่วมอยู่ที่ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์และเลือกกระบวนการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมการมีส่วนร่วมที่สร้างสรรค์ต้องประกอบด้วยกระบวนการ

ย่อยหลายรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการนอกจากนั้นต้องตระหนักว่าการให้ข้อมูลข่าวสาร และข้อเท็จจริงเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของการปรึกษาหารือที่มีประสิทธิผล

นรินทร์ ชัยพัฒนาพงศ์ (2547, น. 23) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่จะทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะ เข้ามีส่วนร่วมหรือไม่มีส่วนร่วมดังนี้

1. บังคับจากฝ่ายภาครัฐ
2. บังคับจากฝ่ายภาคประชาชน/เอกชน
3. กลัวว่ามีความแตกต่างทางเศรษฐกิจและสังคม
4. เชื่อว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมไม่จำเป็นสำหรับตนเพราะมีผู้อื่นเข้าไปมีส่วนร่วมแล้ว
5. เข้าไปมีส่วนร่วมแล้วไม่ได้รับการยอมรับ
6. มีอคติเป็นการส่วนตัว
7. รู้สึกว่าเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ทำตามสัญญาหรือไม่ให้ความเป็นธรรม
8. การมีส่วนร่วมเป็นแบบไม่เท่าเทียม
9. ยากเข้าไปมีส่วนร่วมแต่มีแรงเสียดทานจากสังคมรอบข้าง
10. เข้าไปร่วมด้วยแล้วแต่ยึดผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม

จุดมุ่งหมายของการให้ประชาชนมีส่วนร่วม

1. เพื่อให้เกิดการพัฒนาประชาชนหรือพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนในการ กำหนดความต้องการพื้นฐานของตน
2. เพื่อให้กระบวนการพัฒนาหรือการดำเนินการใดๆ เป็นไปโดยราบรื่นไม่เกิดความ ขงกักกันของโครงการอันเนื่องมาจากความขัดแย้งของประชาชนซึ่งจะทำให้โครงการล่าช้าสิ้นเปลือง งบประมาณ

3. เป็นการส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริงในสังคมไทย

ระดับและรูปแบบของการมีส่วนร่วมมีหลายระดับและหลายรูปแบบ ดังนี้

1. การร่วมรับข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชนโดยรูปแบบที่นิยมใช้ ได้แก่ การแถลงข่าวผ่านพับจดหมายข่าวการ อภิปรายการประชุมสาธารณะ เป็นต้น
2. การร่วมมือให้ข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมในระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ประชาชน ผู้รับบริการระบบถึงปัญหาและความต้องการรวมทั้งทางเลือกในการแก้ปัญหาทั้งในด้าน ข้อมูลข้อเท็จจริงและด้านวิสัยทัศน์ความคิดเห็นความรู้สึกโดยรูปแบบที่นิยมใช้ ได้แก่ การสำรวจความ คิดเห็นการประชุมชาวบ้านการสัมมนาระดมความคิดเห็นการเสวนาการประชุมเชิงปฏิบัติการการทำ ประชาพิจารณ์ เป็นต้น

3. การระดมทรัพยากร การมีส่วนร่วมในระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของและการสนับสนุนโดยรูปแบบการมีส่วนร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนในด้านวัตถุประสงค์จ่ายทั้งแรงงานเงินหรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการซื้อหุ้นในกิจการ

4. การร่วมตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในระดับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนได้ส่วนเสียมีโอกาสร่วมแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ อภิปรายและตัดสินใจซึ่งรูปแบบที่สำคัญ ได้แก่ การตั้งคณะกรรมการแบบมีตัวแทนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้ององค์การภาครัฐและเอกชน ฯลฯ เข้ามาร่วมกันพิจารณาตัดสินใจในการดำเนินการ

โดยสรุปจากทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเปิดโอกาสให้กับประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการสำคัญในการกำหนดนโยบายพัฒนาสังคมด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการจัดบริการของภาครัฐซึ่งผลการดำเนินการส่งผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ของบ้านเมือง ยิ่งจำเป็นต้องนำกระบวนการมีส่วนร่วมมาใช้ในการดำเนินการอันจะส่งผลให้การดำเนินงานที่ออกมา มีความครบถ้วนถูกต้องสอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับบริการโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นมีหลักการพื้นฐานอยู่ที่ความเชื่อมั่นในศักยภาพของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายว่าสามารถเรียนรู้ต่อโครงการและการเข้าไปมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของความสมัครใจไม่บังคับและต้องเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องได้มีโอกาสมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคกันโดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นมีจุดมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อการพัฒนาประชาชนและสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมการรับผิดชอบต่อสังคมให้เกิดขึ้นในสังคมไทย
2. เพื่อให้กระบวนการพัฒนาเป็นไปอย่างมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนได้รับการสนับสนุนจากประชาชน
3. เพื่อส่งเสริมระบอบประชาธิปไตย

ทั้งนี้หลักการที่สำคัญที่ถือเป็นหัวใจของการบริหารจัดการมีส่วนร่วมให้ประสบผลสำเร็จ คือ

1. ต้องเริ่มต้นเร็ว
2. ต้องครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
3. ต้องมีความจริงใจที่จะให้มีส่วนร่วม
4. ต้องใช้รูปแบบและวิธีการที่เหมาะสม

โดยระดับและรูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้นสามารถสรุปเป็นรูปแบบที่สำคัญ ๆ 5 รูปแบบ คือ 1) การร่วมคิด 2) การร่วมทำ 3) การร่วมตัดสินใจ 4) การร่วมรับผลประโยชน์ และ 5) การร่วมประเมินผล การที่จะเลือกใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมในรูปแบบใดนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของ

การดำเนินการมีส่วนร่วมครั้งนั้นข้อจำกัดและความเหมาะสมกับสถานการณ์แวดล้อมในขณะนั้นด้วย จึงจะทำให้การบริการจัดการการมีส่วนร่วมสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็น เครื่องมือที่นำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพบริการ

โดยการที่ประชาชนและองค์กรภาคประชาสังคมจะเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมทาง ภาครัฐหรือไม่นั้นมีเงื่อนไขสำคัญ ดังนี้

1. เงื่อนไขด้านความเหมาะสมของเวลา
2. เงื่อนไขด้านความเหมาะสมของวิธีการ
 - 2.1 ความสมดุลของการตัดสินใจ
 - 2.2 สอดคล้องกับสภาพพื้นฐานและความต้องการของประชาชน
 - 2.3 ครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
3. เงื่อนไขด้านองค์การภาครัฐ
 - 3.1 ความจริงใจและการยอมรับของภาครัฐในการมีส่วนร่วม
 - 3.2 การสนับสนุนของภาครัฐต่อองค์กรชุมชนหรือกลุ่มประชาคม
 - 3.3 ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรภาครัฐ
4. เงื่อนไขของกลุ่มประชาคม
 - 4.1 ลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม
 - 4.2 ความเข้มแข็งขององค์กรหรือกลุ่ม
 - 4.3 การมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียหรือผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง

สมาชิกต้องร่วมกันทำงานเป็นทีมและพึงศักยภาพของคนในชุมชนและสมาชิกทุกคนเป็น ส่วนหนึ่งของกลุ่ม การสร้างการมีส่วนร่วมอาจทำได้โดยการจัดให้มีการประชุมร่วมกันมีการบริหาร แบบประชาธิปไตย มีการผลักดันให้สมาชิกกล้าคิด กล้าทำ และมีการประเมินผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของสมาชิกได้ ดังนี้

บุญญฤทธิ์ เคนถวาย (2544, น. 35) ได้อธิบายความหมายการมีส่วนของสมาชิกว่า หมายถึง การที่สมาชิกผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนา มีสิทธิในการกำหนด ทิศทางของการพัฒนาได้

สรุปว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิก หมายถึง การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานของ สมาชิกตั้งแต่การคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจ วางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการติดตาม ผล ที่ส่งผลให้กลุ่มประสบความสำเร็จ

ลักษณะของการเข้าไปมีส่วนร่วมของสมาชิกดังกล่าวนั้น จะเข้าไปร่วมในลักษณะของการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติและรับผิดชอบ ร่วมกันกับคนในชุมชน และเพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้สูงขึ้น

2.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

การจัดการความรู้ในองค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญหลายอย่าง อาทิเช่น วัฒนธรรมองค์กรภาวะผู้นำ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารองค์กร ความไว้วางใจ เครื่องมือทางเทคโนโลยี ฯลฯ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายไว้ ดังนี้

เสนห์ จุ้ยโต (2550, น. 3) กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการความรู้ ในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินการนั้น ปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนสนับสนุน ดังนี้

1. ผู้บริหารจะต้องตระหนักและเห็นความสำคัญของการจัดการความรู้
2. บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรเหมาะสมและเอื้อในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดตั้งทีมงาน
3. เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและการทำงานการให้ความรู้เรื่อง การจัดการความรู้ และการใช้เทคโนโลยี
4. มีแผนงานชัดเจน
5. การประเมินผลโดยใช้ตัวชี้วัด
6. การสร้างแรงจูงใจ

Koskinen (2003, pp. 76-77) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์ของความรู้ ที่เป็นนัยโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกโดยที่ปัจจัยภายใน จะเป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้การควบคุมของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย (1) ระบบความจำ รวมถึงประสบการณ์การเรียนรู้โดยสัญชาตญาณ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการสร้างและการปรากฏ ของความทรงจำของแต่ละบุคคล (2) ระบบการสื่อสาร รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ภาษา ความใกล้ชิด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการสื่อสารข้อมูลซึ่งกลายมาเป็นความรู้ (3) ระบบ การจูงใจ รวมถึงการให้คำมั่นสัญญาซึ่งเป็นการแสดงออกของแรงจูงใจของแต่ละบุคคล และความไว้วางใจ ซึ่งรวมถึงการจูงใจบุคคลในการแบ่งปันและการรับความรู้ที่เป็นนัย ส่วนปัจจัยภายนอกจะถูกควบคุมโดยแต่ละบุคคลน้อยกว่าปัจจัยภายใน ซึ่งเรียกว่าระบบ สถานการณ์โดยจะรวมถึงรูปแบบภาวะผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้อธิบาย และกำหนดสถานการณ์การใช้ความรู้ที่เป็นนัยมากหรือน้อย

Davenport and Prusak (2000, pp. 96-97) กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ โครงการจัดการความรู้ไว้ 9 ประการ คือ

1. วัฒนธรรมที่เอื้อต่อความรู้ (Knowledge – Oriented Culture) การมีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อความรู้นั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการจัดการความรู้ขององค์กรวัฒนธรรม ที่เอื้อต่อความรู้ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

1.1 เป็นวัฒนธรรมที่มีการปรับตัวไปในทิศทางที่พึงประสงค์ต่อการจัดการความรู้ กล่าวคือ เป็นวัฒนธรรมที่สนับสนุนให้พนักงานมีความริเริ่มการแสวงหาความรู้ เกิดความภาคภูมิใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้านการจัดการความรู้

1.2 เป็นวัฒนธรรมที่ไม่ก่อให้เกิดสิ่งกีดขวางความรู้ เช่น ความรู้สึกหวงแหน ความรู้ ความกลัวว่าการแบ่งปันความรู้จะส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตน เป็นต้น

1.3 เป็นวัฒนธรรมที่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับโครงสร้างขององค์กร

2. โครงสร้างพื้นฐานทางเทคนิคและโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Technical and Organizational Infrastructure) การดำเนินการด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ทั้งในด้านโครงสร้างองค์กรและโครงสร้างทางเทคนิคเป็นปัจจัยที่มีพื้นฐานต่างๆ ต่อการจัดการความรู้ในองค์กร เนื่องจากเป็นสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกทางด้านพื้นฐาน ต่างๆ ต่อการจัดการความรู้ในองค์กรให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ในปัจจุบันการดำเนินการทางด้านโครงสร้างทางเทคนิคค่อนข้างได้รับความสะดวกมากขึ้น เพราะ เทคโนโลยีด้านระบบสารสนเทศและการจัดการความรู้ ก้าวหน้าไปมากและมีระบบ ให้เลือกใช้ได้อย่างหลากหลาย ความสำคัญจึงอยู่ที่การจัดการด้านโครงสร้างขององค์กร อย่างเหมาะสมเพื่อเตรียมความพร้อมทั้งด้านบุคลากรในองค์กรให้สามารถรองรับต่อ ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เมื่อมีการนำระบบจัดการความรู้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร

3. การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (Senior Management Support) การนำระบบจัดการความรู้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่สำคัญที่ต้อง มีการดำเนินการวางแผนและเตรียมความพร้อมทั้งในด้านองค์กรและพนักงานอย่างเหมาะสม การดำเนินการหลาย ๆ ส่วนทั้งในด้านโครงสร้างองค์กร และโครงสร้างทางด้านเทคนิค ด้านงบประมาณ การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดภารกิจ และกลยุทธ์ ฯลฯ จำเป็นต้อง ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรจึงจะสำเร็จลงได้

4. ความสัมพันธ์ทางคุณค่าของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม (Link to Economics and Industry Value) การนำระบบการจัดการความรู้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่สำคัญที่ต้องมีการดำเนินการด้านการลงทุนค่อนข้างสูงวัตถุประสงค์สำคัญของการจัดการความรู้

ขององค์กร คือ การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ขององค์กรให้ดีขึ้นและช่วยให้การปฏิบัติงานต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ทางด้านเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมขององค์กรที่วางไว้ ซึ่งจะสะท้อนออกมาลักษณะต่าง ๆ อาทิ ค่าใช้จ่าย ที่ลดลงของกระบวนการการเพิ่มประสิทธิภาพ การลดลงของข้อผิดพลาดการลดลงของ ระยะเวลาการทำงาน การเพิ่มคุณภาพในการส่งมอบสินค้าและบริการ สินค้าและ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

5. การมุ่งเน้นที่กระบวนการ (Modicum of Process Orientation) วัตถุประสงค์สำคัญของการจัดการความรู้ในองค์กร คือ การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน ขององค์กรให้ดีขึ้นและช่วยให้การปฏิบัติงานต่าง ๆ บรรลุวัตถุประสงค์ ทางด้านเศรษฐกิจและ อุตสาหกรรมขององค์กรที่วางไว้ การที่องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ ดังกล่าวได้นั้น องค์กรต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการต่างๆ ทั้งในด้านกระบวนการ ผลิตสินค้าและบริการ และกระบวนการทำงานที่เป็นระบบสนับสนุนต่างๆ อันเป็นรากฐานที่แท้จริงของผลลัพธ์สุดท้ายที่จะเกิดขึ้นทั้งหมด

6. ความชัดเจนของวิสัยทัศน์และภาษา (Clarity of Vision and Language) การนำระบบการจัดการความรู้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่สำคัญ ที่ต้องมี ดำเนินการวางแผน และเตรียมความพร้อมทั้งในด้านองค์กรและพนักงานอย่าง เหมาะสม ควรชัดเจน ด้านวิสัยทัศน์และภาษาตั้งแต่จุดเริ่มต้นของโครงการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จที่เกิดขึ้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางของ องค์กรที่จะดำเนินการไป และเป็นสิ่งที่กำหนดความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการปฏิบัติงาน ของพนักงานทุกคนในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

7. การสร้างแรงจูงใจถาวร (Nontrivial Motivation Aids) การนำระบบการจัดการความรู้เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่เปรียบเสมือนแรงผลัก (Push System) ขององค์กรที่ต้องการดำเนินการอย่างเหมาะสมกับความต้องการของ บุคลากร (Pull People) ภายในองค์กรด้วย เนื่องจากหัวใจของกระบวนการจัดการความรู้ อันได้แก่ การริเริ่มการสร้างการใช้ และการแบ่งปันความรู้เป็นสิ่งที่ต้องการความร่วมมือ จากพนักงานผู้มีส่วนร่วมจึงจะประสบความสำเร็จ ดังนั้นองค์กรจึงควรมีระบบการสร้าง แรงจูงใจทั้งในสิ่งที่ทางการและไม่เป็นทางการอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ระบบการสร้างแรงจูงใจ ดังกล่าว ต้องเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจและคุ้มค่าในตัวอย่างชัดเจน

8. โครงสร้างความรู้พื้นฐาน (Some Level of Knowledge Structure) ในการจัดการความรู้ในองค์กรให้ประสบผลสำเร็จและได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่องค์กรควรมีโครงสร้าง พื้นฐาน ความรู้อยู่บ้างเพื่อใช้เป็นฐานในการต่อยอดความรู้เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้ว ความรู้เป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและค่อนข้างเป็นอย่างรวดเร็วระบบโครงสร้าง ความรู้ขององค์กรจึงควรเป็น

ระบบที่ค่อนข้างยืดหยุ่นสะดวกต่อการใช้งานมีดัชนีในสี่บับัน ที่สามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วและมีการปรับปรุงฐานข้อมูล ความรู้อย่างสม่ำเสมอ

9. ช่องทางสำหรับถ่ายโอนความรู้ (Multiple Channels for Knowledge Transfer) ช่องทางในการถ่ายโอนแบ่งปันความรู้มีความจำเป็นสำหรับองค์กร เนื่องจากองค์กร จะสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้ได้มากขึ้นเมื่อความรู้มีการกระจาย และถ่ายทอดไป อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทั้งองค์กร องค์กรควรจัดให้มีช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่ทำให้ เกิดการติดต่อทางกายภาพหรือทำให้การสื่อสารระหว่างเครือข่ายสมาชิกเกิดขึ้นได้เป็นระบบที่เชื่อมโยงฐานความรู้ที่ใช้เป็นแหล่งความรู้ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นเครือข่ายที่มี การแบ่งปันความรู้และส่งผ่านความรู้ต่างๆ ไปยังสมาชิกทั้งหมดไม่ว่าสมาชิกจะอยู่ ณ จุดไหนๆ ขององค์กร

กานต์สุดา มาชะศิริรานนท์ (2546ก : 58) กล่าวว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จ ในการจัดการความรู้ ที่มีผลต่อความสำเร็จยิ่งขึ้นอีก 7 ปัจจัย คือ

1. ภาวะผู้นำ ผู้นำที่แสดงความเอาใจจริงเอาใจต่อการจัดการความรู้ ส่งเสริมการเรียนรู้ของสมาชิกในองค์กรให้เป็นบุคคลเรียนรู้ (Learning Person) พัฒนาความเป็นองค์กรเรียนรู้ (Learning Organization) โดยใช้พลังสร้างสรรค์ของการจัดองค์กรแบบแนวราบในระบบ เครือข่ายเน้นการนำจากเบื้องหลัง (Lead form Behind) เน้นการให้อำนาจ (Empowerment) แก่ผู้ปฏิบัติงาน มีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภายในองค์กร

2. โครงสร้างองค์กรที่เน้นการทำงานแบบเครือข่าย (Networking) ไม่เน้นการให้อำนาจสั่งการหรือควบคุมอย่างเข้มงวดช่วยส่งเสริมการจัดการความรู้ โครงสร้างองค์กรที่เน้นการเปิดสู่สิ่งแวดล้อมภายนอกสามารถรับรู้ เรียนรู้ และแลกเปลี่ยน กับองค์กรภายนอกในรูปแบบเครือข่ายองค์กรและสิ่งแวดล้อม ณ ทุกจุดของการปฏิบัติงาน ช่วยส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้และการจัดการความรู้

3. วัฒนธรรมองค์กรพฤติกรรม และการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการสื่อสารแนวราบความสัมพันธ์แบบแนวราบเป็นเครือข่ายเป็นภาคร่วมเน้นความเป็นเพื่อนร่วมงาน มากกว่าความเคารพ เชื้อพียง ส่งเสริมความคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking) ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ (Creative Thinking) และการใช้สามัญสำนึกในการทำงานวัฒนธรรมการใช้ ข้อมูลหลักฐานและเหตุผลมากกว่าการใช้อำนาจความรู้สึกและอารมณ์ช่วยส่งเสริมกิจกรรม การจัดการความรู้ พฤติกรรมที่สมาชิกในหน่วยงาน องค์กรเดียวกันหรือต่างหน่วยงาน ได้มีโอกาสและมีพฤติกรรมชอบการแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน

วัฒนธรรมองค์กรและพฤติกรรมภายในองค์กรที่เคารพในศักยภาพของความเป็นมนุษย์ให้ความสำคัญแก่คุณค่าความดีค่านึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรและสังคมส่วนรวม เคารพในความคิดเห็นและพฤติกรรมความเชื่อที่แตกต่าง ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ กระบวนการจัดการความรู้

4. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันช่วยอำนวยความสะดวก ในการขุดค้น (Data Mining) ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ในการออกแบบการทำงานที่ให้นักงานต้องบันทึกการปฏิบัติงานลงในระบบคอมพิวเตอร์ ให้สามารถนำมารวบรวม เป็นข้อมูลสารสนเทศภาพรวมขององค์กร ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์องค์กร (Intranet) เครือข่ายนานาชาติ (Internet) โดยระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) หรือระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นต้น รวมทั้งยังสามารถช่วยให้ระบบการแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5. ระบบการให้รางวัลและการยกย่องระบบที่เน้นการแข่งขันระหว่างพนักงาน ให้รางวัลแก่ผลงานระดับบุคคลจะมีผลต่อการจัดการความรู้ทำให้พนักงานไม่ค้อย แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน แต่การให้รางวัลและยกย่องที่เน้นผลงานเป็นกลุ่มทีมงาน เน้นการยกย่องกระบวนการความร่วมมือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันจะเกิดขึ้น อย่างกว้างขวาง

6. ระบบการพัฒนาขีดความรู้ ทักษะ ขีดความสามารถและการถนอมรักษา บุคลากรทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดการความรู้เพราะบุคลากรเป็นทั้ง ผู้ผลิตและผู้ใช้ความรู้ในเวลาเดียวกัน การได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศการทำงานเป็นทีมจะเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้ องค์กรมีความก้าวหน้าและมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้การจัดการความรู้จะช่วย เสริมศักยภาพทำให้เกิดบุคคลเรียนรู้องค์กรเรียนรู้และสังคมเรียนรู้

7. ทีมจัดการความรู้ คำว่าทีมและกลุ่มมีความหมายที่ใกล้เคียงกัน กลุ่มเป็นการนำเอาบุคคลมาทำงานด้วยกันแต่ไม่จำเป็นต้องเป็นทีม ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว ทีมเป็นลักษณะเฉพาะ ของกลุ่มโดยที่ทีม (Team) เป็นกลุ่มของบุคคลที่มีการพึ่งพาศักยภาพซึ่งกันและกันซึ่งเน้นไปที่ ความสำเร็จของเป้าหมายหรืองาน

ทีมกลายมาเป็นโครงสร้างที่สำคัญสำหรับองค์กรปัจจุบันทีมงานที่ดีจะมีความสมดุล ที่เหมาะสมของทักษะและความสามารถรวมทั้งความพอใจการทำงานเป็นทีมจึงเป็นการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ปฏิบัติงานต่างก็เกิดความพึงพอใจในการทำงานนั้น การทำงานเป็นทีมช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพขององค์กรเนื่องจากทำให้วัตถุประสงค์รวมขององค์กรประสบความสำเร็จสูงสุดโดยสมาชิกในทีมมีความพอใจในงานที่กระทำ และมีความพึงพอใจเพื่อนร่วมงาน (ยงยุทธ เกษสาคร, 2546, น. 4)

2.5.1 ตัวช่วยของ “การจัดการความรู้”

ความสำเร็จในการจัดการความรู้ขององค์กรขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เรียกว่า ปัจจัยความสำเร็จ (Critical Success Factor : CSF) ปัจจัยเหล่านี้เปรียบเสมือนตัวช่วยของ “การจัดการความรู้” ถ้าตัวช่วยได้รับการบริหารจัดการที่ดีก็จะมีพลังส่งเสริมให้การจัดการความรู้ได้ผลดีด้วย ตัวช่วยเหล่านี้ ได้แก่

1. บรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ เช่น การเชิดชูความรู้และผู้รู้ การมีอิสระในการคิดและทำงาน (เชิงสร้างสรรค์) การเป็นกัลยาณมิตร โปร่งใส ใ้วางใจ ให้เกียรติกัน เป็นต้น บรรยากาศและวัฒนธรรมแบบ “กัลยาณมิตร” จะนำความสำเร็จ ความสุขมาสู่ทุกคนในองค์กร จึงสมควรที่ทุกคนจะร่วมมือร่วมใจกันสร้างและรักษาบรรยากาศและวัฒนธรรมดีๆ นี้ตลอดไป

2. ผู้บริหารระดับสูง (Chief of Executive Officer : CEO) และผู้บริหารจัดการความรู้ (Chief of Knowledge Officer : CKO) แสดงบทบาทนำที่ชัดเจน เป็นแบบอย่างที่ดีมีส่วนร่วมในกิจกรรมสำคัญ ให้ความสนับสนุนอย่างจริงจัง สม่่าเสมอและต่อเนื่อง

3. ทีมงานจัดการความรู้ (Knowledge Management Team : KM Team) จัดตั้งขึ้นเป็นเอกเทศ อาจคัดเลือกบุคลากรจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อมาทำงานจัดการความรู้เพียงงานเดียว ได้รับการพัฒนาทั้งความรู้และทักษะการจัดการความรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากร และมีการสื่อสารกับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอผ่านหลายช่องทาง

4. บุคลากร เป็นทั้งผู้เรียน ผู้รู้ ผู้สร้าง ผู้แลกเปลี่ยนและผู้ใช้ความรู้ ควรได้รับทราบวัตถุประสงค์ แผนปฏิบัติการประจำปีและอื่น ๆ ของการจัดการความรู้โดยเฉพาะรู้ในส่วนของตนว่า จะต้องทำอะไร ทำอย่างไร ทำแล้วจะได้อะไร ประเมินผลอย่างไร และจะปรับปรุงอย่างไร มีทัศนคติที่ถูกต้องว่าการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือหรือตัวช่วยอำนวยความสะดวก ลดภาระ และเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานประจำวัน มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการจัดการความรู้

5. แผนและการปฏิบัติตามแผน ควรให้บุคลากรมีส่วนร่วมการจัดทำแผนเพื่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับในวงกว้าง แผนแม่บทจะช่วยให้มองภาพในอนาคตของการจัดการความรู้ในองค์กรได้ชัดเจน แผนปฏิบัติการประจำปีก็ทำให้เกิดความชัดเจนร่วมกันว่าในแต่ละปีจะต้องทำอะไร ทำอย่างไร เพื่ออะไร และวัดผลอย่างไร ความเข้าใจและการยอมรับนี้จะส่งเสริมให้มีการดำเนินการตามแผนได้อย่างราบรื่นและครบถ้วน

6. เทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ในการรวบรวม จัดเก็บ เผยแพร่ความรู้รวมทั้งเพิ่มแรงจูงใจในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงควรมีเทคโนโลยีการจัดการความรู้ที่เหมาะสมกับองค์กรเทคโนโลยีนี้ต้องสอดคล้องกับความสามารถใช้ของบุคลากรด้วย แต่ส่วนมากเทคโนโลยี

จะล้าหน้าความสามารถนี้ ดังนั้นควรพัฒนาบุคลากรในด้านความรู้และทักษะจนสามารถใช้เทคโนโลยีที่มีในองค์กรได้เต็มที่ (ศูนย์ความรู้กินได้, 2553)

ผู้วิจัยสรุปปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของการจัดการความรู้ซึ่งมีสิ่งที่ควรคำนึงถึงคือตัวผู้ปฏิบัติงานทำอะไรที่จะทำให้ตัวผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ เกิดสภาพที่มีการสร้าง และความเคลื่อนไหวถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นธรรมชาติโดยไม่รู้สึกว่าจะต้องใช้ความพยายาม และต้องเข้าใจว่าความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้เป็นสิ่งเดียวกันกับการทำงานพัฒนาขีดความสามารถให้รางวัลและการยกย่องพร้อมกับสร้างแรงจูงใจปรับโครงสร้างระบบ การจัดการให้สอดคล้องกับการที่จะทำให้ผู้ที่มีความรู้ได้ใช้ความรู้อย่างแท้จริงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้องค์กรยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการจัดการความรู้ให้เกิด ประสิทธิภาพ เช่น การสร้างภาวะผู้นำการจัดการโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมหรือวัฒนธรรมองค์กรการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้การให้ผลตอบแทน และการเสริมสร้างทักษะความรู้ความสามารถ และการรักษาบุคลากร จะเห็นได้ว่า การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของทีมงานในการดำเนินการ จัดการความรู้ภายในองค์กร การจัดการความรู้จึงเป็นกระบวนการของการมีปฏิสัมพันธ์ ของการทำงานร่วมกัน ซึ่งการทำงานเป็นทีมจะนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ มากกว่าการที่แต่ละบุคคลทำงานคนเดียวจึงเป็นแนวคิดที่สำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ของการจัดการความรู้ในองค์กร

ความสำเร็จของการจัดการความรู้ เป็นกระบวนการในการสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อให้สะดวกต่อการค้นหาและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แบ่งปันความรู้ เผยแพร่โดยบริหารจัดการความรู้ให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อองค์กรและพัฒนาความสามารถของบุคลากรในองค์กร เพื่อนำมาใช้ในการทำงาน ผลจากการสร้างความรู้ก่อให้เกิดผลงานด้านวิชาการต่างๆ และเกิดทักษะความชำนาญ สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ต้องการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันภายในระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอก เป้าประสงค์สำคัญ คือ เอื้อให้เกิดโอกาสในการหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practices) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างเป็นฐานความรู้ที่เข้มแข็ง (Core Competence) ขององค์กร เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ประกอบด้วย (Marquardt, 2002, p. 21)

1. การเรียนรู้ หรือ พลวัตการเรียนรู้ (Learning Dynamics) หมายถึง การส่งเสริมให้เกิดกระบวนการการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญที่สุด ต้องส่งเสริม ให้มีการจัดการเรียนรู้ มีการอบรมและเรียนรู้วิธีการทำงานเป็นทีม ประกอบกับ บุคลากร จะต้องมีการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้ และวิธีการเรียนรู้ (Learning How to Learning) สามารถส่งเสริม และเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเองตลอดจนมีการ แลกเปลี่ยนความรู้ มีความสามารถ ในการคิด และ

ปฏิบัติงานที่สลับซับซ้อนร่วมกับทีมงานได้ อย่างเป็นระบบ โดยพลวัตการเรียนรู้ นั้น ประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย 3 ประการ ได้แก่

1.1. ระดับการเรียนรู้ ถือเป็นระบบหลักที่เป็นแกนสำคัญของการสร้างองค์กร แห่ง การเรียนรู้และการจัดการความรู้ ประกอบด้วย

1.1.1 การเรียนรู้ระดับบุคคล คือ การที่บุคคลมีศักยภาพที่จะแสวงหา ความรู้ พัฒนาเขาวนปัญญา ทักษะคติ โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและแลกเปลี่ยนสิ่งที่เรียนรู้ กับผู้อื่นได้ การเรียนรู้ระดับนี้เน้นการกระตุ้นให้แต่ละคนใฝ่รู้และสร้างโอกาสการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง

1.1.2 การเรียนรู้ระดับกลุ่ม คือ การเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ของกลุ่มจาก การให้ทุกคนมีส่วนร่วมและได้แลกเปลี่ยนสิ่งที่ตนมีระหว่างกันด้วยเหตุนี้การเรียนรู้ ระดับ กลุ่มจึงมัก เกิดขึ้นจากผลการเรียนรู้ระดับบุคคล นั่นคือส่วนหนึ่งทุกคนนำสิ่งที่ตนเรียนรู้ มาสู่กลุ่มการเรียนรู้ ระดับกลุ่มจะเกิดขึ้นได้โดยกิจกรรมหรือกระบวนการที่เอื้อต่อกระบวนการกลุ่ม หรือปฏิสัมพันธ์ ของ สมาชิกในกลุ่ม

1.1.3 การเรียนรู้ระดับองค์กร คือ การนำความรู้ความสามารถ และทุกอย่างที่ แต่ละบุคคล แต่ละกลุ่มมีมาใช้ร่วมกันเพื่อเป้าหมายขององค์กร องค์กรการเรียนรู้ระดับ นี้ จะเกิดขึ้น ได้องค์กรต้องมีการบูรณาการคุณภาพเข้ากับคุณภาพชีวิตการทำงานและต้องสร้างช่องว่าง สำหรับ การเรียนรู้ทั้งที่เป็นสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกและเวลา

1.2 รูปแบบของการเรียนรู้ เป็นลักษณะทางกายภาพ ทางความคิด และความรู้ลึก ที่บุคคลใช้ในการรับรู้ ตอบสนอง และมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัวค่อนข้างคงที่ ซึ่งมีวิธีการ เรียนรู้แตกต่างกันออกไป เช่น การเรียนรู้จากการปรับเปลี่ยน หรือการประยุกต์ การเรียนรู้ด้วยการ วางแผนล่วงหน้า การเรียนรู้จากการทบทวนที่ผ่านมา และการเรียนรู้จากการปฏิบัติ

1.3 ทักษะในการเรียนรู้ของคนในองค์กร หรือวินัยสำหรับองค์กร แห่งการเรียนรู้ ทักษะที่จำเป็นของคนในองค์กร ในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ และทำให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด มี 6 ประการ ได้แก่

1.3.1 ความคิดและความเข้าใจในภาพรวมทั้งระบบ หมายถึง กรอบ แนวความคิด ที่คนในองค์กรใช้ในการมองภาพรวมได้อย่างชัดเจน และช่วยให้รู้ว่าจะปรับเปลี่ยนงาน หรือภาพรวมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นอย่างไร ให้เกิดประสิทธิภาพผลสูงสุด

1.3.2 การเรียนรู้ตนเองอย่างถ่องแท้ หมายถึง การมีความชำนาญเป็นพิเศษใน ทุกแง่มุมของชีวิต ทั้งด้านส่วนตัว และด้านอาชีพ โดยอาศัยความเป็นนักพัฒนาตนเอง (Self-Developer) ที่จะมุ่งมั่นสร้างสรรค์ให้เกิดความรู้ความเชี่ยวชาญในการทำงานตลอดจนสามารถ สร้าง ผลงานและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

1.3.3 มีแบบแผนความคิด หมายถึง การที่บุคคลมีความตระหนักถึงสภาพการณ์ปัจจุบันขององค์กร และพร้อมที่จะทดสอบสภาพที่ทำหลายเหล่านั้น

1.3.4 รับรู้และสานวิสัยทัศน์ เป็นทักษะของการนำความคิดของแต่ละคนมาเปิดเผย หรือการเปิดเผยภาพในอนาคตซึ่งจะส่งเสริมความผูกพันอันแท้จริง

1.3.5 การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) มุ่งเน้นไปที่กระบวนการจัดการและพัฒนาความสามารถของทีม เพื่อสร้างการเรียนรู้ และผลลัพธ์อันเกิดจากมวลสมาชิก ให้ได้เป็นไปตามความต้องการ

1.3.6 การประชุมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแก้ไขปัญหา

2. การปรับเปลี่ยนองค์กร (Organization Transformation) หมายถึง การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ผู้บริหารระดับสูง ต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมในการพัฒนา และเพิ่มพูนความรู้ ทั้งในสายงานและข้ามสายงาน มีการทำงานที่จัดองค์กรเป็นเป้าหมายหลัก โดยที่บุคลากรทุกคนในองค์กรต้องมีวัฒนธรรมในการเรียนรู้และให้ ความสำคัญในการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

2.1 วัฒนธรรมองค์กร (Culture) หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ แนวทางปฏิบัติ ธรรมเนียมพิธีการต่าง ๆ ขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรช่วยสร้างความเหมาะสม และวางแนวทางพฤติกรรมกรรับรู้ในสิ่งที่นิยมปฏิบัติกัน และการปฏิบัติที่เข้มแข็งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในองค์กรแห่งการเรี ยนรู้ นั้นวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นสิ่งหนึ่งของการเรียนรู้ที่สมาชิกจะต้องมีการรับรู้ถึงสภาวะที่องค์กรตกอยู่ในช่วงวิกฤติ หรือแม้แต่สภาวะที่ประสบความสำเร็จด้วย นอกจากนั้นยังเป็นที่ๆ มีการเรียนรู้ได้กลายเป็นนิสัย และถูกบูรณาการขึ้นเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร องค์กรที่มีวัฒนธรรม หรือ ค่านิยมของการทำงานเป็นทีม การจัดการด้วยตนเอง การมีพลังอำนาจ และการแบ่งปันจะทำให้เกิด การเรียนรู้ได้ดีกว่าองค์กรที่มีวัฒนธรรมเคร่งครัดกฎระเบียบ เจียบขาด หรือมีแต่ความเข้มงวด วัฒนธรรมองค์กรหนึ่งที่เป็นที่ตระหนักอยู่เสมอในองค์กรเรียนรู้ นั่นคือ การเรียนรู้ เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยองค์กรจะทำหน้าที่ในการสนับสนุนให้เกิดคุณค่าที่เกื้อหนุน ต่อการเรียนรู้ เช่น การทำงานเป็นทีม การมอบหมายให้คนในองค์กรบริหารงานด้วยตนเอง การให้อำนาจในการตัดสินใจและการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้

2.2 วิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง สิ่งที่องค์กรมุ่งหวัง เป้าหมาย และทิศทางสำหรับอนาคตเป็นภาพลักษณ์ที่สื่อสารกันทั้งภายใน และสื่อออกไปยังภายนอกองค์กร องค์กรแห่งการ เรียนรู้จะสร้างหรือกำหนดภาพที่ชัดเจนในอนาคต ซึ่งการเรียนรู้ในองค์กรก็เป็นไป เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อภาพในอนาคตนั้นๆ

2.3 กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) หมายถึง แผนการดำเนินงาน วิธีการ เทคนิค และขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งจะต้องมอบหมายไปยังบุคลากรระดับต่างๆ เพื่อให้เกิด การปฏิบัติที่นำไปสู่วิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร ในองค์กรแห่งการเรียนรู้ก็จะมีกลยุทธ์ ในการ ก่อให้เกิดความรู้ในองค์กร การถ่ายโอนความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ได้ทั่วทั้งองค์กร

2.4 โครงสร้างองค์กร (Structure) หมายถึง ฝ่าย ระดับชั้นการบริหาร และ หน้าที่ในการปฏิบัติงานขององค์กร ในองค์กรแห่งการเรียนรู้โครงสร้างขององค์กรจะมีลักษณะ เป็น องค์กรแนวราบ สะดวกต่อการสื่อสาร และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารความรับผิดชอบในงาน กระจายไปถึงระดับล่าง และเป็นโครงสร้างที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอก องค์กร

3. การเสริมสร้างการเรียนรู้แก่บุคคล (People Empowerment) หมายถึง กระบวนการ สร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ให้เป็นวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ขององค์การ ที่ผู้บริหารระดับสูง ต้องให้การ สนับสนุน และส่งเสริมในการพัฒนาไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ซึ่งโครงสร้าง สายการบังคับ บัญชา ต้องไม่ซับซ้อน มีการแลกเปลี่ยนและเพิ่มพูนความรู้ ทั้งในสายงาน และข้ามสายงานมาทำงาน ที่ค้ำประกันองค์การเป็นเป้าหมายหลัก โดยที่พนักงานทุกคนในองค์การต้องมีวัฒนธรรมในการเรียนรู้ และให้ความสำคัญในการเรียนรู้ร่วมกันทั่วทั้งองค์การ และต้องมีการปรับเปลี่ยนในทุกองค์ประกอบ ย่อยเพื่อเอื้อต่อการเรียนรู้ ประกอบด้วย

3.1 พนักงาน (Employee) จะต้องได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้ เพื่อเตรียม ความพร้อมสำหรับรองรับแผนการเจริญเติบโตขององค์กรในอนาคต เพื่อการปฏิบัติการในปัจจุบัน และการป้องกันความเสี่ยงต่าง ๆ รวมทั้งการเรียนรู้เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ

3.2 ผู้จัดการหรือผู้นำ (Manager/Leader) จะต้องเรียนรู้ในการเป็นผู้สอน แนะนำ และเป็นตัวแบบที่ดี พร้อมทั้งมีหน้าที่พื้นฐานในการเพิ่มพูนโอกาสในการเรียนรู้สำหรับคนที่ อยู่รอบ ๆ

3.3 ลูกค้า (Customers) มีส่วนร่วมในการระบุความต้องการของตนเอง ได้รับความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และองค์กรแห่งการเรียนรู้ จะต้องเชื่อมโยงความต้องการของลูกค้า เข้ามา สู่อะไรของการเรียนรู้ขององค์กร

3.4 ตัวแทนจำหน่ายและผู้จัดการวัตถุดิบ (Vendors and Suppliers) ควรจะ ได้รับการเรียนรู้ และได้เข้าร่วมในโปรแกรมความรู้ต่างๆ ขององค์กร

3.5 ผู้ร่วมทุน (Alliance Partners) ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร แห่งการ เรียนรู้ประโยชน์ที่ได้รับ คือการแบ่งปันความชำนาญเฉพาะด้าน และความรู้ต่างๆ ระหว่าง องค์กร

3.6 กลุ่มชุมชน (Community Groups) อันประกอบด้วย กลุ่มสังคม กลุ่มการศึกษา และกลุ่มเศรษฐกิจ มีการแบ่งปันความรู้ ทั้งในฐานะผู้ให้ และผู้รับความรู้จากองค์กร

4. การจัดการเรียนรู้ (Learning Management) หมายถึง ระบบการดำเนิน การจัดการกับความรู้ในองค์กรตั้งแต่การจัดการหาความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร แล้วนำมาสร้างสรรค์ให้สามารถใช้ได้กับองค์การของตน เมื่อเหมาะสมแล้วต้องมีระบบที่สามารถเก็บ รวบรวม ข้อมูลไว้ จากนั้นนำมาถ่ายทอดหรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน ประกอบไปด้วย

4.1 การแสวงหาความรู้ หมายถึง กลุ่มของข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร

4.2 การสร้างความรู้ หมายถึง ความรู้ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งเกิดขึ้น จากวิธีการแก้ปัญหาในการทำงาน และความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน

4.3 การจัดเก็บความรู้ หมายถึง การจัดเก็บ และเตรียมข้อมูลความรู้ ที่มีคุณค่ากับองค์กรไว้ เพื่อให้สมาชิกขององค์กรสามารถเข้าถึง และเรียกใช้ได้จากทุกที่ทุกเวลา

4.4 การถ่ายโอนความรู้และการใช้ประโยชน์ หมายถึง การเคลื่อนไหวของข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ผ่านการสื่อสารเครื่องมือต่างๆ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และตัวบุคคล ทั้งโดยตั้งใจ และโดยอ้อม การเคลื่อนไหวของข้อมูล ความรู้เป็นไปทั่วทั้งองค์กร และข้อมูลเหล่านี้ ก็ถูกใช้ให้เป็นประโยชน์โดยสมาชิกในองค์กร

5. การนำเทคโนโลยีไปใช้ (Technology Application) หมายถึง การดำเนินการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเอื้อต่อการเรียนรู้ เช่น ห้องประชุมฝึกรวมคอมพิวเตอร์ สื่อวีดิทัศน์ โสตทัศนูปกรณ์เสริมการเรียนรู้ มีการจัดตั้งทีมเทคโนโลยี สารสนเทศและมีการจัดอบรม บุคลากรให้สามารถใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

5.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งใช้คอมพิวเตอร์ ในการเก็บรวบรวมเข้ารหัสจัดเก็บ และถ่ายโอนข้อมูลภายในองค์กร รวมถึงการถ่ายโอนข้อมูลความรู้ข้ามองค์กร และข้ามโลกอีกด้วย

5.2 เทคโนโลยีพื้นฐานของการเรียนรู้ หมายถึง การใช้สื่อต่าง ๆ เช่น วีดีโอ สื่อการสอนแบบ Multimedia จากคอมพิวเตอร์ เพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งผ่านความรู้ และแลกเปลี่ยน ความรู้ และทักษะต่าง ๆ

5.3 ระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่สนับสนุนการปฏิบัติงาน เป็นระบบสนับสนุนการปฏิบัติงานและระบบความรู้

สรุปได้ว่า ความสำเร็จการจัดการความรู้ หมายถึง การดำเนินการประยุกต์ใช้ การจัดการความรู้และผลของการจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ รวมไปถึงกระบวนการในการสร้าง การกำหนด การรวบรวม การถ่ายโอน และการเข้าถึงความรู้ ที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ และสามารถเพิ่มระดับของการปฏิบัติงานให้สามารถเข้ากับสถานะต่างๆ ได้ อันส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์การดีขึ้น เพื่อปรับปรุงผลลัพธ์ขององค์กรตามประสบการณ์ และความรู้ ตลอดจนการสร้างความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรม เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ประกอบด้วย 1) พลวัตการเรียนรู้ (Learning Dynamics) 2) การปรับเปลี่ยนองค์กร (Organization Transformation) 3) การเสริมสร้างการเรียนรู้แก่บุคคล (People Empowerment) 4) การจัดการเรียนรู้ (Learning Management) และ 5) การนำเทคโนโลยีไปใช้ (Technology Application)

2.6 บริบทของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ธุรกิจชุมชน ประกอบไปด้วยข้อมูลพื้นฐาน

2.6.1 ทำเลที่ตั้ง ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ

จังหวัดร้อยเอ็ดตั้งอยู่ตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.6.1.1 ทิศเหนือติดจังหวัดกาฬสินธุ์และมุกดาหาร

2.6.1.2 ทิศใต้ติดจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ

2.6.1.3 ทิศตะวันออกติดจังหวัดยโสธร

2.6.1.4 ทิศตะวันตกติดจังหวัดมหาสารคาม

อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครฯ ระยะทาง 512 กิโลเมตร มีพื้นที่ 8,299.46 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 5,187,156 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.1ของภาค จัดเป็นลำดับที่ 10 ของภาค และลำดับที่ 23 ของ ประเทศ ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง และมีภูเขาเตี้ยๆ ทางด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนทางด้านใต้ เป็นที่ราบและแอ่งอยู่ในบริเวณทุ่งกุลาร้องไห้ สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 130-160 เมตร สภาพภูมิอากาศ มี 3 ฤดู ฤดูร้อนมีอากาศร้อนและแห้งแล้งระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเมษายน อุณหภูมิประมาณ 35 องศาเซลเซียส ฤดูฝนมีฝนตกไม่สม่ำเสมอระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงกันยายน ปริมาณน้ำฝนประมาณ 1,200 มิลลิเมตรต่อปี ฤดูหนาวมีอากาศเย็นระหว่างเดือนตุลาคม ถึงมกราคม

2.6.2 การแบ่งเขตการปกครอง ประชากร วัฒนธรรม ประกอบอาชีพของประชากร จังหวัดร้อยเอ็ด แบ่งการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ 192 ตำบล 2,444 หมู่บ้าน/20 ชุมชน

ประกอบด้วย อำเภอเมืองร้อยเอ็ด อำเภอเกษตรวิสัย อำเภอปทุมรัตน์ อำเภอธวัชบุรี อำเภอจตุรพักตรพิมาน อำเภอพนมไพร อำเภอโพนทอง อำเภอโพธิ์ชัย อำเภอหนองพอก อำเภอเสลภูมิ อำเภอสวรรณภูมิ อำเภอเมืองสรวง อำเภอโพนทราย อำเภออาจสามารถ อำเภอเมยวดี อำเภอศรีสมเด็จ อำเภอจังหาร อำเภอเชียงขวัญ อำเภอหนองฮี และ อำเภอทุ่งเขาหลวง

มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 3 รูปแบบ รวม 203 แห่ง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 58 แห่ง คือ เทศบาลเมือง 1 แห่ง / เทศบาลตำบล 57 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 144 แห่ง แบ่งเขตเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็น 8 เขต มีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 8 คน และมีจำนวนสมาชิก วุฒิสภา 1 คน

ประชากร ทั้งหมด 1,307,212 คน แยกเป็น ชาย 652,862 คน หญิง 654,350 คน จัดเป็นลำดับที่ 8 ของภาค และลำดับที่ 12 ของประเทศ

ประเพณีวัฒนธรรม ยึดมั่นในประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความศรัทธาและเชื่อมั่นในประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี 12 เดือน ดังนี้ 1. วันขึ้นปีใหม่ 2. บุญข้าวจี 3. บุญผะเหวด 4. วันสงกรานต์ วันผู้สูงอายุ 5. บุญบั้งไฟ 6. บุญเข้าพรรษา 7. บุญข้าวประดับดิน 8. บุญข้าวสาก 9. บุญออกพรรษา 10. งานสมมน้ำคั้นเพ็งเส็ง ประทีป 11. บุญกฐิน 12. งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่

การประกอบอาชีพของประชากร ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร คือ การทำนา ทำไร่ ทำสวน ประมง ทำไร่อ้อย มันสำปะหลัง ทำสวนยางพารา เลี้ยงกุ้งก้ามกราม ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ปลูกยาสูบเตอร์กีซ

2.6.3 ด้านเศรษฐกิจ รายได้ของประชากรโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดร้อยเอ็ด ขึ้นอยู่กับภาคการค้าส่งและการค้าปลีก ภาคการเกษตรกรรม และภาคการศึกษา เป็นสำคัญ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP) ปี 2551 จำนวน 49,564 ล้านบาท จัดเป็นลำดับที่ 6 ของภาค และลำดับที่ 38 ของประเทศ มีรายได้ประชากรตามผลิตภัณฑ์ มวลรวม (GPP) ปี 2551 จำนวน 36,702 บาท/คน จัดเป็นลำดับที่ 9 ของภาค และลำดับที่ 66 ของประเทศ ครั้วเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (23,000 บาท/คน/ปี) จากการจัดเก็บข้อมูล จปฐ. ปี 2552 จังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวนครั้วเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. (23,000 บาทต่อคนต่อปี) จำนวน 2,556 ครั้วเรือน และมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี จำนวน 47,185.23 บาท/คน/ปี จัดเป็นลำดับที่ 2 ของภาค และลำดับที่ 38 ของประเทศ

2.6.4 ผลผลิตทางการเกษตร

2.6.4.1 ข้าว ในปีการเพาะปลูก 2552/2553 มีพื้นที่ปลูกข้าวเหนียวและข้าวเจ้า รวมทั้งสิ้น 3,083,554 ไร่ แยกเป็น (ข้าวเจ้า 2,089,876 ไร่ ข้าวเหนียว 993,678 ไร่) โดยมีพื้นที่ปลูกข้าวหอมมะลิ (ขาวดอกมะลิ 105 และ กข15) ที่สำคัญของจังหวัดในเขตพื้นที่อำเภอเกษตรวิสัย สุวรรณ

ภูมิ โพนทราย และปทุมรัตน์ และมีพื้นที่ในการปลูกข้าวเหนียว (กข 6) ที่สำคัญของจังหวัดจะปลูกในพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ชัย อำเภอหนองพอก อำเภอเสลภูมิ และอำเภอจตุรพักตรพิมาน สำหรับข้าวหอมมะลิที่เป็นที่รู้จักและยอมรับกันโดยทั่วไป เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ คือ "ข้าวหอมมะลิที่เป็นผลผลิตจากทุ่งกุลาร้องไห้" ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่สำคัญและแตกต่างไปจากข้าวหอมมะลิที่ผลิตจากแหล่งปลูกอื่นๆ ได้แก่ ความหอม ซึ่งมีผลมาจากลักษณะทางกายภาพของดินที่มีลักษณะ เป็นดินทรายและมีความเค็มที่พอเหมาะกับข้าวพันธุ์นี้ ความเรียวยาว ซึ่งมีผลมาจากสภาพของภูมิศาสตร์ของน้ำและแสงแดดที่เหมาะสม ทำให้ได้เมล็ดข้าวที่เรียวยาวพอเหมาะนำมารับประทาน และความอ่อนนุ่ม ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะพิเศษของข้าวหอมมะลิโดยทั่วไป ทำให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภค

2.6.4.2 พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ : พื้นที่เพาะปลูกอ้อย 63,208 ไร่ ผลผลิต 625,449 ตัน พื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลัง 51,672 ไร่ ผลผลิต 189,687 ตัน พื้นที่เพาะปลูกยางพารา 35,154 ไร่ ผลผลิต 1,209 ตัน พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวาน 1,642 ไร่ ผลผลิต 2,077 ตัน พื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดฝักสด 1,117 ไร่ ผลผลิต 1,410 ตัน พื้นที่เพาะปลูกถั่วลิสง 4,219 ไร่ ผลผลิต 1,074 ตัน พื้นที่เพาะปลูกยาสูบพันธุ์เตอร์กิช 43,425 ไร่ ผลผลิต 7,633 ตัน พื้นที่เพาะปลูกแตงโมเนื้อ 4,924 ไร่ ผลผลิต 16,190 ตัน นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่ปลูกพืชเศรษฐกิจสำคัญอื่นๆ เช่น งาดำ 2,752 ไร่ / ตัน กก 316 ไร่

2.6.4.3 โรงงาน : จำนวนทั้งสิ้น 427 โรง เงินทุน 6,551.061 ล้านบาท มีการจ้างงาน 8,333 คน จำแนกเป็น ขนาดเล็ก (เงินทุนน้อยกว่า 10 ล้านบาท) จำนวน 347 โรง ขนาดกลาง (เงินทุนตั้งแต่ 10 - 100 ล้านบาท) จำนวน 68 โรง ขนาดใหญ่ (เงินทุน 100 ล้านบาทขึ้นไป) จำนวน 12 โรง

2.6.4.4 ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) : จังหวัดร้อยเอ็ด มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดสรร OTOP Product Champion ระดับ 4 - 5 ดาว จำนวน 34 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่ดีเด่นที่สุด คือ ผ้าไหม ข้าวหอมมะลิ ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เครื่องจักสาน เช่น มวยนั่งข้าว กระจิบข้าว (สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด กรมส่งเสริมการเกษตร พ.ศ. 2554) สูดยอด 101 ของฝากของที่ระลึก (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด, 2552, น. 4-17)

2.6.4.5 ประเภทผ้า

1) ผ้าไหมสาเกต ผ้า "สาเกต" ความหมายมาจากคำว่า "สาเกตนคร" ซึ่งเป็นชื่อเดิม ของจังหวัดร้อยเอ็ด สีผ้าคือ สีดอก "อินทนิลบก" เป็นสีของดอกต้นไม้ประจำจังหวัดร้อยเอ็ด ลายผ้ามีลวดลายจำเพาะที่ประกอบด้วย 5 ลาย คือ คำเภา หมี่หมากจับ หมี่โคมเจ็ด หมี่นาคน้อย และหมี่คองเอี้ย หรือคองเอื้อ จะทำสลับลายเท่าใดก็ได้ตามจินตนาการของผู้ทอ แต่จะมีลายนาคน้อย

อยู่ตรงกลางลวดลายเหล่านี้ จะค้นด้วยผ้าสีพื้นตามความเหมาะสมสวยงาม ความหมายของลายสาเกต มีดังนี้ คือ

- 1.1) คองเอี้ย เป็นลายที่มีลักษณะเป็นแม่น้ำลำคลอง เปรียบเสมือนสายเลือดที่เอื้อต่อ วิถีความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพเกษตรกรรมของเกษตรกรไทย
- 1.2) นาคน้อย เป็นลายพญานาคพ่นน้ำเพื่อให้เกิดความชุ่มชื้น ฝนฟ้าตกต้องตามฤดูกาล ยังความอุดมสมบูรณ์ให้กับท้องไร่และผืนนา
- 1.3) โคมเจ็ด เป็นลายบ่งบอกถึงความเพิ่มพูนของผลผลิตทางการเกษตร ความอุดม สมบูรณ์ ความเป็นอยู่ที่ดี มีความสดใสในชีวิต เป็นโคมไฟส่องสว่าง สู่ความรุ่งเรืองมีรู้จัก
- 1.4) หมากจับ เป็นชื่อพืชชนิดหนึ่งในตระกูลหญ้า ชอบติดตามซากางเกงเมื่อติด แล้วเอาออกยาก สื่อความหมายเมื่อใครได้พบเห็น หรือได้สัมผัสผ้าสาเกตของร้อยเอ็ด เกิดความ ประทับใจอยากมาร้อยเอ็ดอีก
- 1.5) คำเภา เป็นเส้นตรงที่ปรากฏบนผืนผ้า บ่งบอกถึงความซื่อตรง มุ่งมั่น เข้มแข็ง และยั่งยืนอันเป็นอุปนิสัยโดดเด่นของชาวอีสาน และโดดเด่นเมื่อปรากฏเป็นลายผ้าสาเกต
 - 2) ผ้าไหมพื้นเรียบ (ไหมเลียน)
 - 3) ผ้าไหมมัดหมี่ซ้อ หรือหมี่ชั้น
 - 4) ผ้าไหมหางกระรอก
 - 5) ผ้าไหมมัดหมี่
 - 6) ผ้าไหมลายลูกแก้ว
 - 7) ผ้าโสร่งไหม
 - 8) ผ้าไหมลายเกร็ดเต่า
 - 9) ผ้าไหมมัดหมี่โฮล
 - 10) ผ้าไหมมัดหมี่ลายสร้างสรรค์

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยในประเทศ

มานิช ศัพทนะนาวิน (2547) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาระดับและขั้นตอนการมีส่วนร่วม ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์

ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจยส่วนบุคคล ปัจจยครอบครัว ปัจจยเศรษฐกิจ ปัจจยสังคมและปัจจยสภาพแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนเพศหญิงอายุ 20– 70 ปี ที่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ซึ่งอยู่ในบ้านโพธิ์ตาก หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 หมู่ที่ 3 ตำบลโพธิ์ตาก กิ่งอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย ในช่วงปี พ.ศ. 2546 จำนวน 118 คน โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1–30 กันยายน 2546 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และอธิบายความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุง และพัฒนาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ ระดับ และขั้นตอนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตากส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 60.2 รองลงมา คือ ระดับสูง ร้อยละ 20.3 และระดับต่ำ ร้อยละ 19.5 และเมื่อวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก มีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอน พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก มีส่วนร่วมในระดับสูงที่สุดในขั้นตอนการติดตามประเมินผล ร้อยละ 21.2 ในทางตรงกันข้าม มีส่วนร่วมในระดับต่ำที่สุดในขั้นตอนการลงทุน ร้อยละ 33.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจยต่าง ๆ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า ปัจจยเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลตอบแทนจากกลุ่ม ปัจจยสังคมสังคม ได้แก่ ตำแหน่งในชุมชน ตำแหน่งในกลุ่ม การได้รับการฝึกอบรม/การศึกษาดูงาน มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทางตรงกันข้าม พบว่า ปัจจยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ปัจจยครอบครัว ได้แก่ อายุของคู่สมรส อาชีพของคู่สมรส ระดับการศึกษาของคู่สมรส บุคคลที่เป็นนภาระพียงพียง ปัจจยเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ รายได้ของคู่สมรส จำนวนหุ้น จำนวนเงินออม ภาระหนี้สิน ปัจจยสังคม ได้แก่ การเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมอื่น ระยะเวลาการเข้าร่วมกลุ่ม การได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชน การได้รับข้อมูลข่าวสาร การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี ปัจจยสภาพแวดล้อม ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชน สภาพแวดล้อมในที่ทำการของธุรกิจชุมชน ไม่มีความสัมพันธ์

กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน ที่สำคัญที่สุดในด้านต่างๆ พบว่า การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผนและตัดสินใจ ควรจัดประชุมเพื่อแจ้งปัญหาแก่สมาชิก ร้อยละ 89.8 เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกร่วมกัน และจัดแบ่งหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละบุคคล ร้อยละ 55.0 และเพื่อแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 83.0 ตามลำดับ ส่วนการมีส่วนร่วมในการลงทุน พบว่า ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกซื้อหุ้นตามความสมัครใจ ร้อยละ 88.9 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรม พบว่า ควรจัดแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมกับความสามารถของแต่ละคน และให้มีหน้าที่รับผิดชอบทุกคน ร้อยละ 66.7 การมีส่วนร่วมรับประโยชน์ พบว่าควรให้ค่าตอบแทนตามปริมาณงานที่ทำนอกเหนือจากเงินปันผลจากค่าหุ้น ร้อยละ 93.2 รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล พบว่า ควรแจ้งผลการดำเนินงานให้สมาชิกได้รับรู้อย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 72.2

กิติพงษ์ อินแก้ว (2549, น. 92-95) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่งในเขตอำเภอลำปาง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลจากทัศนะของผู้ที่เกี่ยวข้อง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล 3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยแยกเป็น ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ตัวแทนประชาคมในหมู่บ้านและประชาคมตำบล ประชาชนที่ได้รับคัดเลือกเป็นผู้แทนชุมชน รวมทั้งสิ้น 18 คน ผลการศึกษาคือ 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ในทัศนะของผู้ที่เกี่ยวข้องนั้น ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา ในระดับหมู่บ้าน และในระดับตำบล โดยประชาชนจะเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาหมู่บ้าน หรือตำบลของตนเอง และการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอีกประการหนึ่งคือ การเข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการในการจัดหาพัสดุ การเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เช่น การสอบราคา หรือการประกวดราคา การร่วมตรวจรับงานจ้าง เป็นต้น 2) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ ความต้องการของประชาชนที่จะเสนอปัญหาที่ประสบอยู่และต้องการแก้ไขหรือสนองความต้องการของหมู่บ้าน ตำบลที่ต้องการพัฒนา ประชาชนเข้าร่วมประชุม ประชาคม ปรีกษาหารือกัน มีการเสนอปัญหา และความ

ต้องการ 3) ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการมีส่วนร่วม คือ ประชาชนเสนอปัญหาและความต้องการในจำนวนมากกว้างประมาณที่องค์การบริหารส่วนตำบลมี หรือมีงบประมาณไม่เพียงพอต่อการบริหารงาน ทำให้ประชาชนที่ตั้งความหวัง หรือรอคอยการแก้ปัญหาเริ่มไม่เห็นความสำคัญของการจัดทำแผนพัฒนา และมักไม่เข้าร่วมประชุมในครั้งต่อไป เป็นต้น

วิลาวุธ มาคุ้ม (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาตัวบ่งชี้การจัดการความรู้ของครู ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้การจัดการความรู้ของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ และเพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงประจักษ์ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวง ศึกษาธิการ จำนวน 826 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักทั้ง 6 องค์ประกอบ คือ การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ เป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ของครู ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ องค์ประกอบด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ องค์ประกอบด้านการสร้างความรู้ องค์ประกอบด้านแสวงหาความรู้ องค์ประกอบด้านการเก็บความรู้ องค์ประกอบด้านการนำความรู้ไปใช้ และองค์ประกอบด้านการกำหนดความรู้ โดยผลการทดสอบความเที่ยงตรงของโมเดลโครงสร้างเชิงเส้นตรงตัวบ่งชี้การจัดการความรู้ของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สิริวรรณ ผอบแก้ว (2551) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอกอกเจริญ จังหวัดลพบุรี การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของตำบลยางราก อำเภอกอกเจริญ จังหวัดลพบุรี และ 2) เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทแต่ละกลุ่ม ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของตำบลยางราก อำเภอกอกเจริญ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 280 คน ได้มาจากกลุ่มสตรีชนบท ตำบลยางราก อำเภอกอกเจริญ จังหวัดลพบุรี ดังนี้ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลยางราก กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาตำบลยางราก และกลุ่มออมทรัพย์ แม่บ้านตำบลยางราก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 สอบถามระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอกอกเจริญ จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านการสำรวจปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล การวิเคราะห์

ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปคำนวณ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีฟิชเชอร์ ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า 1) การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริณ จังหวัดลพบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจนถึงค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการรับผลประโยชน์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการสำรวจปัญหา ด้านการวางแผน และด้านการประเมินผล 2) การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริณ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของกลุ่ม ในด้านต่างๆ ได้แก่ การสำรวจปัญหา การวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาด้านอายุ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เสนาะ กลิ่นงาม (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 2) ศึกษากระบวนการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ 3) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏโดยการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อธิการบดี 6 คน และอาจารย์จำนวน 345 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ (อธิการบดี) และแบบสอบถาม (อาจารย์) เกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีต่อการจัดการความรู้และกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการความรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำของผู้บริหารซึ่งมีระดับความสำคัญมากที่สุด และโครงสร้างพื้นฐานการจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การวัดและประเมินผลการจัดการความรู้มีความสำคัญในระดับรองลงมา ตามลำดับ ส่วนกระบวนการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยพบว่า ประกอบด้วยขั้นตอน การกำหนดความรู้ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ ส่วนรูปแบบการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้ข้อค้นพบว่า การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ที่มีความเหมาะสมและมีลักษณะเฉพาะกับมหาวิทยาลัยราชภัฏที่แตกต่างจากทฤษฎีและงานวิจัยอื่นๆ คือ รูปแบบการจัดการความรู้ควรแยกเป็น 2 ระดับ คือ 1) ระดับการบริหาร การจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย เป้าหมายและกลยุทธ์ให้ชัดเจน มีการแต่งตั้งรองอธิการบดีรับผิดชอบโดยตรง มีสำนักงานบริหารจัดการความรู้ มีการแต่งตั้งผู้บริหารการจัดการความรู้และบุคคลเป็นทีมงานแบบข้ามสายงานเพื่อรับผิดชอบงาน 2) ระดับปฏิบัติ การจัดการความรู้ ดำเนินการโดยคณาจารย์ บุคลากร ผู้ทรงคุณวุฒิในการนำความรู้ไม่ชัดแจ้ง (Tacit Knowledge) และ

ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) มาสร้างปฏิสัมพันธ์ความรู้ตามวงจรการจัดการความรู้ เกิดการเชื่อมโยงทั้งภายในหน่วยงานมหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัยเป็นเครือข่ายแก่กัน โดยผู้บริหารเป็นปัจจัยสนับสนุนที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ เพื่อสร้างองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยให้เป็นคลังปัญญาของท้องถิ่นและตอบสนอง ปรัชญาการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

สุทภาพ จันทรมณี (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพของการจัดการความรู้ของบุคลากรในโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ในโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ 3) พัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นครูโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์ จำนวน 120 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) ครูและผู้บริหารมีทัศนคติเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ในระดับมากทุกด้าน ตามทัศนคติของครูและผู้บริหาร โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การระบุนิเทศ การถ่ายทอดความรู้ การแสวงหาความรู้ การนำความรู้มาใช้ การจัดเก็บความรู้ และการพัฒนาความรู้ใหม่ 2) ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการจัดการความรู้ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำและกลยุทธ์ โครงสร้างพื้นฐาน การวัดผล และเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ในกระบวนการจัดการความรู้ ด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ การพัฒนาความรู้ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จต่อการจัดการความรู้ว่าด้านน้อยที่สุด คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ แม้ว่าผู้บริหารจะส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูรู้จักพัฒนาตนเองในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ และการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ก็เป็นเรื่องยากสำหรับครูบางท่าน เนื่องมาจากอายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน 3) รูปแบบทางการพัฒนาการจัดการความรู้ ควรประกอบด้วย กระบวนการจัดการความรู้ 6 ขั้นตอน ภายใต้ปัจจัยสนับสนุน 12 ประการ และควรมีการจัดอบรมด้านเทคโนโลยี อย่างต่อเนื่องและให้ตรงกับความต้องการเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

ธงชัย พานู (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จ 2) วิเคราะห์ปัจจัยในการจัดการความรู้ที่ส่งผลให้สุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จ และ 3) สังเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสนทนากลุ่มสมาชิก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดย

นำผลการศึกษาที่ได้จากระยะที่ 1 มาสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ที่ควรจะเป็น บนพื้นฐานของ ทฤษฎีการจัดการความรู้ตามกรอบวิจัย และในระยะที่ 3 การยืนยันรูปแบบการจัดการความรู้โดยการ อ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ หน่วยงานที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าไหมแพรวาบ้าน โพน (ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทย) จังหวัดกาฬสินธุ์ 2) กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ 3) กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ยกดอกลายลูกแก้ว รวมพลังพัฒนา จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 18 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 21 คน และสมาชิกจำนวน 65 คน ได้มาจากการกำหนดโควตา และสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากกลุ่มสมาชิก ทั้งหมด 1,015 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิได้จากการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 10 คนซึ่งผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จในกระ บวนการจัดการธุรกิจเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีเป้าหมายเดียวกัน มีความต้องการเหมือนกันมีได้ ดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรเหมือนการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ แต่เป็นธุรกิจของชุมชน สร้างเอกลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ภายใต้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชน ผสมผสานกับความรู้ทางวิชาการ สมัยใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า การ จัดการความรู้ในกระบวนการจัดการธุรกิจจึงไม่ได้ยึดหลักการแบบเดียวกับการจัดการองค์กรธุรกิจ สมัยใหม่ การจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้ดำเนินการอย่างชัดเจนใน ทุกขั้นตอน เมื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจตามกรอบการวิจัยแล้ว สะท้อนให้ เห็นว่า การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจแต่ละขั้นตอนไม่แตกต่างกันทุกขั้นตอน มีการ ดำเนินงานคล้ายกัน แต่กระบวนการมีการดำเนินงานแบบไม่เป็นเส้นตรง ไม่มีรูปแบบ ไม่มีลำดับ ชั้น เนื่องจากความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่เป็นความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ที่ฝังอยู่ในตัวคน เป็นทักษะ (Skill) ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสม เรียนรู้มาจากคนในครอบครัวและเครือข่าย การถ่ายโอน ความรู้ที่เป็นทักษะไปสู่ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) จึงมีอยู่น้อย ส่วนมากจะเป็นการ ทำซ้ำ (Reproduction) ฉะนั้น ขั้นตอนการจัดการความรู้อาจจะก้าวกระโดด และสามารถสรุปจัด กลุ่มการจัดการความรู้ออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1) การกำหนดความรู้ การสร้างความรู้และการจัดหา ความรู้ ในกระบวนการนี้ ความรู้มาจากวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน อาศัยกระบวนการ ทางสังคม กระบวนการกลุ่ม กระบวนการมีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการและ กิจกรรมที่ใช้ส่วนใหญ่เป็น การเล่าเรื่อง บอกต่อ สาธิต และฝึกปฏิบัติ และความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่ เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมาให้ความรู้ เพิ่มเติม 2) การจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการใช้ความรู้ ในกระบวนการนี้ ความรู้ที่ จัดเก็บจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชน เป็นทักษะที่ถูกถ่ายทอดสั่งสมมา จากครอบครัวและเครือข่าย ฝังลึกในตัวคน การจัดเก็บในรูปแบบของความรู้ชัดเจน เช่น เอกสาร

ประกอบบริการฝึกอบรม เอกสารรายงานการศึกษาวิจัยของบุคคลภายนอก เอกสารมาตรฐาน และ เอกสารเผยแพร่ มีการเผยแพร่ความรู้โดยอาศัยกระบวนการทางสังคม กระบวนการกลุ่ม กระบวนการ มีส่วนร่วม ด้วยการเล่าเรื่อง บอกต่อ ฝึกอบรม สาธิต ทดลองปฏิบัติ การศึกษาดูงาน การร่วมสินค้าและ จัดจำหน่าย และ 3) การวัดผลการจัดการความรู้ ดำเนินการในทุกขั้นตอนการผลิตโดยอาศัยเกณฑ์ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของลูกค้า การสั่งซื้อซ้ำ ตรวจสอบจากบัญชีรายรับรายจ่าย บัญชี ลูกค้า บัญชีการสั่งซื้อ สมุดบันทึก และรายงานการประชุม 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการ จัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ (1.1) ภาวะผู้นำ ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ สมาชิกเชื่อถือ ศรัทธา ให้ความเคารพเชื่อฟัง สามารถบริหารจัดการและนำกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ (1.2) คน กลุ่มมีสมาชิกที่มีจุดมุ่งหมาย เดียวกันมีความต้องการเหมือนกัน มีความรักความสามัคคี มีความมุ่งมั่นเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในการ รักษาวัฒนธรรมภูมิปัญญา และพัฒนาความรู้สมัยใหม่ให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นสามารถสร้างงานสร้างอาชีพและรายได้อย่างยั่งยืน (1.3) วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นสร้างความภาคภูมิใจให้สมาชิกมีความเชื่อและศรัทธาผู้นำ มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์ จากวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ต้องการของลูกค้า และ (1.4) ภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักของลูกค้า และ (2) ปัจจัยรอง ได้แก่ (2.1) ความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าอีก การจัดการประสบการณ์ลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าให้เห็น คุณค่าของสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการเรียนรู้จากลูกค้าแล้วนำไปสู่การพัฒนาการผลิต และ การตลาด และ (2.2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร รวมทั้งอินเทอร์เน็ต การสร้างเว็บไซต์ การดำเนินงานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็น ช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ การตลาดและการกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่าง กว้างขวางมากขึ้น

ภวนัย บุณวรรณ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงาน ด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการความรู้ของ หน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ 2) สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้าน งบประมาณของกองทัพอากาศ 3) เพื่อประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณ ของกองทัพอากาศ โดยมีการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการทหารอากาศของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ ในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 (ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2551 ถึง 30 กันยายน 2552) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย (1) แบบสัมภาษณ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ

(2) แบบประเมินผลระหว่างการทำงานทดลองด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์ และ (3) แบบประเมินผลหลังจากทดลองด้วยการสังเกตและสัมภาษณ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศในอดีต มีลักษณะจัดการความรู้ในรูปของการจัดการที่เป็นเอกสาร เนื่องจากความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์มีจำกัด ไม่มองการทำงานเป็นภาพรวม การจัดการความรู้มีลักษณะค่อนข้างปิดกั้น และความรู้ด้านการจัดการความรู้มีอยู่เล็กน้อย 2) รูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศมีขั้นตอน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ 2.1) ขั้นการหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นขั้นหาความรู้ ลักษณะความรู้แฝงภายในและความรู้ชัดแจ้งภายนอกภายในและภายนอกหน่วยงาน ทั้งต้องมีการตรวจสอบ วิเคราะห์ และประเมินความรู้เหล่านั้น 2.2) ขั้นการจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) เป็นการเก็บความรู้ที่มีการแบ่งหมวดหมู่ อย่างชัดเจน 2.3) ขั้นการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) เป็นการส่งผ่านความรู้ไปทั่วทั้งหน่วยงาน 2.4) ขั้นการประยุกต์ใช้ความรู้ (Knowledge application) เป็นการประยุกต์ใช้ความรู้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในกรอบของคุณธรรม และจริยธรรม 3) ผลการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ พบว่าข้าราชการทหารของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการความรู้เพิ่มขึ้น สามารถเลือกใช้ความรู้ต่างๆ เหล่านี้ได้ตรงกับความต้องการ สามารถปรับใช้ความรู้ได้อย่างเป็นระบบ มีความสนใจในการที่ได้เรียนรู้ เกิดความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการความรู้ที่ได้นำเสนอ มีผลการปฏิบัติในการจัดการความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้นี้ไปใช้ได้จริง

เยาวลักษณ์ สงวนพานิช (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาด้านบริการพยาบาลในโรงพยาบาลนครปฐม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้เพื่อใช้ในการพัฒนาด้านบริการพยาบาล โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ พยาบาลวิชาชีพที่ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดการความรู้ในโรงพยาบาลนครปฐม จำนวน 52 คน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาด้านบริการพยาบาล ได้แก่ ผู้นำและกลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างและทีม เทคโนโลยีและการสื่อสาร การวัดและการประเมินผล ส่วนกระบวนการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาด้านบริการพยาบาล ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ การเตรียมความพร้อม การระบุนโยบาย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ และแต่ละขั้นตอนประกอบด้วย วัตถุประสงค์ ขั้นตอนกิจกรรมย่อยและการประเมินผล

เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ (2554) การศึกษาการจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน บนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอตอสะแกเขต จังหวัด เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหา ความต้องการ รูปแบบ และศักยภาพของกลุ่มตัดเย็บบ้าน ดอกแดง ใช้การจัดการความรู้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน และพัฒนารูปแบบการบริหารงาน ธุรกิจให้แก่อุปกรณ์ตัดเย็บบ้านดอกแดง ซึ่งแผนงานการวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารจัดการกลุ่ม การตลาด การผลิต การเงินบัญชี และการสื่อสาร การตลาด โดยมีการดำเนินการจัดเวทีชาวบ้าน สัมภาษณ์ ประชุมกลุ่มย่อย การให้ความรู้ในลักษณะ ต่าง ๆ การเขียนผังความคิด การสำรวจผู้บริโภค กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ และการใช้แบบสอบถาม แล้ว นำข้อมูลที่เป็นเชิงปริมาณมาวิเคราะห์และประมวลผล สำหรับข้อมูลที่เป็นเชิงคุณภาพ นำมาวิเคราะห์ และเขียนบรรยายให้เห็นความเชื่อมโยงของประเด็นต่าง ๆ สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้สภาพปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ในด้านการบริหารจัดการกลุ่ม พบปัญหา เกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงาน หน้าที่งาน และความรู้เข้าใจในการบริหารงานเชิงธุรกิจยังไม่ชัดเจน ด้านการตลาดพบปัญหาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ยังไม่ตรง กลุ่มเป้าหมาย ด้านการผลิตพบปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิต แรงงาน วัตถุดิบ อุปกรณ์การทำงาน กระบวนการผลิต สถานที่ การขนส่ง และคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ด้านการเงินบัญชีพบ ปัญหาเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนและกระบวนการในการลงบันทึกรายการทางการเงินยังจัดทำไม่ได้ ควบถ้วน และการสื่อสารการตลาดยังไม่มีดำเนินการ โดยทางกลุ่มมีความต้องการความรู้และการ พัฒนาทักษะเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นปัญหาทั้ง 4 ด้าน ในส่วนของรูปแบบการดำเนินงานของกลุ่ม กลุ่ม ตัดเย็บบ้านดอกแดงมีโครงสร้างการบริหารตามหน้าที่ มีการบริหารในลักษณะแบบเป็นกันเอง มีการ ผลิตตามคำสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง การผลิตใช้เทคนิคการตัดเย็บแบบพื้นฐาน อย่างไรก็ตามกลุ่มมี ศักยภาพในเรื่องของความสามัคคี มีความตั้งใจในการพัฒนา มีพื้นฐานความรู้ในการตัดเย็บที่ดี และมี ช่องทางการตลาดของตนเองการพัฒนาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ทีมวิจัยได้แบ่งการพัฒนาโดยการ จัดการความรู้ ออกเป็น 5 ด้าน เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการในเชิงธุรกิจ โดยในด้านของ การบริหารจัดการกลุ่มมีการพัฒนาด้านโครงสร้างการบริหารที่มีความชัดเจน มีคำบรรยายลักษณะ งาน มีความรู้ความเข้าใจในเทคนิคการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ด้านการตลาดมีการพัฒนา ความรู้ในการวางแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนด STP และการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย จนสามารถพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายได้เพิ่ม มากขึ้น ด้านการผลิตมีการพัฒนาการจัดการผลิตในเชิงระบบที่มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลิตภัณฑ์มากขึ้น เกิดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้หลากหลาย ด้าน การเงินบัญชีมีการพัฒนาสมุดบัญชีและระบบบัญชีที่สามารถตรวจสอบได้ และด้านการสื่อสาร

การตลาดมีการพัฒนาสื่อทางการตลาดที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เช่น การบรรจุหีบห่อ แผ่นพับ นามบัตร ฉลากผลิตภัณฑ์ วิดีทัศน์ สมุดรายการสินค้า และป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากการพัฒนาทำให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีรูปแบบในการดำเนินงานเชิงธุรกิจ ครบทุกหน้าที่ทางด้านธุรกิจ ได้แก่ การบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงินบัญชี ทำให้กลุ่มมีการบริหารงานด้วยหลักเหตุผล มีความรอบรู้ทางการตลาด มีความรอบคอบในการผลิต และเกิดความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน จนกลุ่มสามารถจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เป็นผลสำเร็จ แสดงถึงศักยภาพและความสามารถของชุมชน ในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีที่สุดสำหรับธุรกิจชุมชน บนหลักความพอประมาณ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

กฤษฏีกา สงวนศักดิ์ศิริ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการความรู้ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 3) เพื่อประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้การวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งทำการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถามกับบุคลากรของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลการวิจัย พบว่า 1) ภาพรวมรูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการในมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมระดับมากที่สุด และมีความสอดคล้องกันมากในส่วนปัจจัยด้านการเรียนรู้ พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการเรียนรู้ของบุคลากรในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านระดับการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่องค์ประกอบด้านทักษะในการเรียนรู้ และองค์ประกอบด้านการสร้างความรู้ สำหรับระบบสารสนเทศของหน่วยงานเป็นแบบ “ให้ข้อมูลได้ทันทีที่เกิดขึ้นจริง (real-time)” “มีการบูรณาการ” และ “ชาญฉลาด” มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด แต่อยู่ในเกณฑ์ดี 2) รูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจัดตั้งคณะกรรมการการจัดการความรู้ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พร้อมทั้งจัดทำแผนการจัดการความรู้ขึ้นมา โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้ที่มีอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งความรู้วิชาการ ความรู้ทางการบริหารจัดการ และความรู้ความเชี่ยวชาญความเป็นเอตทัคคะของคณาจารย์ นิสิต บัณฑิต บุคลากร ได้รับการรวบรวมและนำมาจัดการอย่างเป็นระบบเกิดเป็นคลังปัญญา (Knowledge asset) มีการจัดระบบ จัดหมวดหมู่ นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการจัดการให้ง่ายต่อการเข้าถึงและสืบค้น (Knowledge access) โดยมีการใช้กระบวนการจัดการความรู้ 6 ขั้นตอน ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การวิเคราะห์และสกัดความรู้ การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ และการประยุกต์ใช้และการทำให้ข้อมูลถูกต้องและเที่ยงตรง 3) ผลประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า หน่วยงานมีการจัดระบบข้อมูล และการนำไปจัดเก็บไว้สร้างคุณค่าของความรู้ให้ง่ายต่อการเข้าถึงของบุคลากรที่

สามารถนำไปใช้ได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ โดยใช้ระบบการจัดการความรู้ที่ผ่านกระบวนการกลั่นกรองที่มั่นใจว่าเป็นความรู้ที่ถูกต้อง โดยบุคลากรในหน่วยงานมีการสืบค้นโดยใช้อินเทอร์เน็ต / อินทราเน็ต มีการสืบค้นโดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ วารสาร และสามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้นี้ไปใช้ได้จริง โดยมีแผนยุทธศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนามหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชาญพิชญ์ วัฒนชัย (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการจัดการความรู้ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก และเพื่อประเมินรูปแบบการจัดการองค์ความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก ซึ่งมีการกำหนดกรอบแนวคิดการจัดการความรู้ 4 กระบวนการของ Marquardt ได้แก่ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและสืบค้นความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพในการค้นหาสภาพและปัญหาในการจัดการความรู้ โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 26 ท่าน จากนั้นสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 7 ท่าน และทำการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ โดยการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง บริษัท วัฒนชัย เซฟตี้กลาส จำกัด มีการประเมินผลการทดลอง 2 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ และด้านความพึงพอใจ โดยใช้แบบแผนการวิจัยกลุ่มเดียววัดความเข้าใจรูปแบบการจัดการความรู้ก่อนและหลังการทดลอง ผลการวิจัย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจกมีความเข้าใจในกระบวนการจัดการความรู้และความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการความรู้มากขึ้นหลังทำการทดลอง

2.7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Heffner (2006) ศึกษาเรื่อง "Knowledge Management for Technological Innovation in Organization: The Fusion Process for Creating Intellectual Capital" ผลการวิจัยพบว่า เศรษฐกิจฐานความรู้เป็นศูนย์กลาง ความรู้เป็นตัวแทนของทุนทางปัญญา โดยมีกรอบแนวคิดที่มีการบูรณาการกระบวนการเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงจากความรู้ที่ไม่มีรูปแบบชัดเจนเป็นความรู้ที่มีรูปแบบชัดเจนและเป็นทุนทางปัญญา โดยเฉพาะรูปแบบที่เป็นทางด้านเทคโนโลยี เครื่องมือ ทักษะ ข้อเท็จจริงและกระบวนการที่ใช้ภายในองค์กร ซึ่งนำไปใช้กับบริษัทที่ให้บริการด้านการจัดการในการประยุกต์ใช้ ผลการศึกษาพบว่า (1) การรับรู้ของค่านิยมการจัดการความรู้และการใช้ที่แตกต่างกันของผู้ปฏิบัติงานแม้จะในอุตสาหกรรมเดียวกัน (2) อาจมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้เชี่ยวชาญการจัดการความรู้และที่ปรึกษาในการฝึก และ (3) สามารถดำเนินการได้ความรู้ที่พัฒนาในบริบทขององค์กรต้องปรับเปลี่ยนได้ตามบุคคลหลัก

Rhodes et al. (2008) ศึกษาเรื่อง "Factors Influencing Organization Knowledge Transfer; Implication for Corporate Performance" พบว่า ในขณะที่การถ่ายโอนความรู้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการจัดการความรู้ในองค์กร ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการถ่ายโอนความรู้ขององค์กรเป็นสิ่งที่ยังไม่มีใครรู้ ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิจารณาอิทธิพลที่เป็นปัจจัยภายในองค์กรด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์การเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร และโครงสร้าง ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่กล่าวมามีผลต่อการถ่ายโอนความรู้ทั้งที่เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) ที่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมและลักษณะขององค์กร โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในบริษัทที่มีการใช้เทคโนโลยีสูง จำนวน 1,086 ราย ผลการศึกษาพบว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสำคัญต่อการถ่ายโอนความรู้ขององค์กร และวัฒนธรรมขององค์กรมากที่สุด การถ่ายโอนความรู้ที่ฝังลึกมีอิทธิพลสูงต่อการพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร และนวัตกรรมที่เป็นกระบวนการ มีผลกระทบต่อพฤติกรรมขององค์กรมากกว่านวัตกรรมด้านการผลิต

Coakes, Amar, and Granados (2010) ศึกษาเรื่อง "Knowledge Management, Strategy, and Technology: A Global Snapshot" ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการจัดการความรู้ นอกจากนี้ยังพบว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถผลักดันให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จได้ ตลอดจนองค์กรสามารถจัดการความรู้เป็นเครื่องมือในการจับความรู้ที่ได้มาจากประสบการณ์และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนยังช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้สามารถปฏิบัติงานได้หลากหลายหน้าที่ โดยเปลี่ยนจากการปฏิบัติงานที่ใช้ความชำนาญเฉพาะด้านเป็นการปฏิบัติงานที่หลากหลายรวมทั้งทุกคนในองค์กรสามารถใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่จำเป็นได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นผลจากการที่ทุกคนในองค์กรได้มีการสื่อสารถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ โดยเฉพาะความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวของบุคคลผ่านชุมชนนักปฏิบัติ (Communities of Practice-CoP) นอกจากนี้ยังพบว่า การจัดการความรู้ในองค์กรนั้นควรดำเนินการโดยกลุ่มคนที่ทำงานร่วมกันหรือทีมงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่จะประสบความสำเร็จในการแบ่งปันความรู้ได้นั้น องค์กรต้องมีอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยี ที่นำมาใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ อาทิ การจัดเก็บความรู้ขององค์กร

โดยแทนค่าตัวแปร ดังนี้

X_1 = การแสวงหาความรู้

X_2 = การสร้างความรู้

X_3 = การจัดเก็บความรู้

- X_4 = การวิเคราะห์และการสกัดความรู้
 X_5 = การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้
 X_6 = การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้อง
 X_7 = การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน
 X_8 = การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน
 X_9 = การสร้างความรู้โดยการรวบรวม
 X_{10} = การมีส่วนร่วม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 2.1

สรุปที่มาของตัวแปร

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀
นักวิชาการ										
1. Marquardt	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
2. Nonaka and Takeuchi	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	-
3. Demarest	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	-
4. Beesley and Cooper.	✓	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-
5. Davenport and Prusak	✓	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
6. วิจารณ์ พานิช	✓	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	-
7. บุญดี บุญญากิจ	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	-	-	-
8. พรพิมล ธรรมภิรมย์โชค	✓	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	-
9. ทวีทอง หงส์วิวัฒน์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
10. เมตต์ การรณจิต	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
11. ปารีชาติ วลัยเสถียร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
12. พจนา สวนศรี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
13. นรินทร์ ชัยพัฒนาพงศ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
14. บุญญฤทธิ์ เคนถวาย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
15. เสนาะ กลิ่นงาม	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	-
16. สุชาพร จันทรมณี	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	✓	-
17. ธงชัย พานู	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	✓
18. ภูวไนย บุญวรรณ	✓	-	✓	-	✓	✓	-	-	-	-
19. เขียวลักษณ์ สงวนพานิช	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	-
20. กุณฑิกา สงวนศักดิ์ศิริ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-
21. ชาญพิชญ์ วัฒนชัย	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	-
22. Rhodes et al.	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-	-
23. Coakes, Amar, and Granados	-	-	-	-	-	-	✓	✓	✓	-

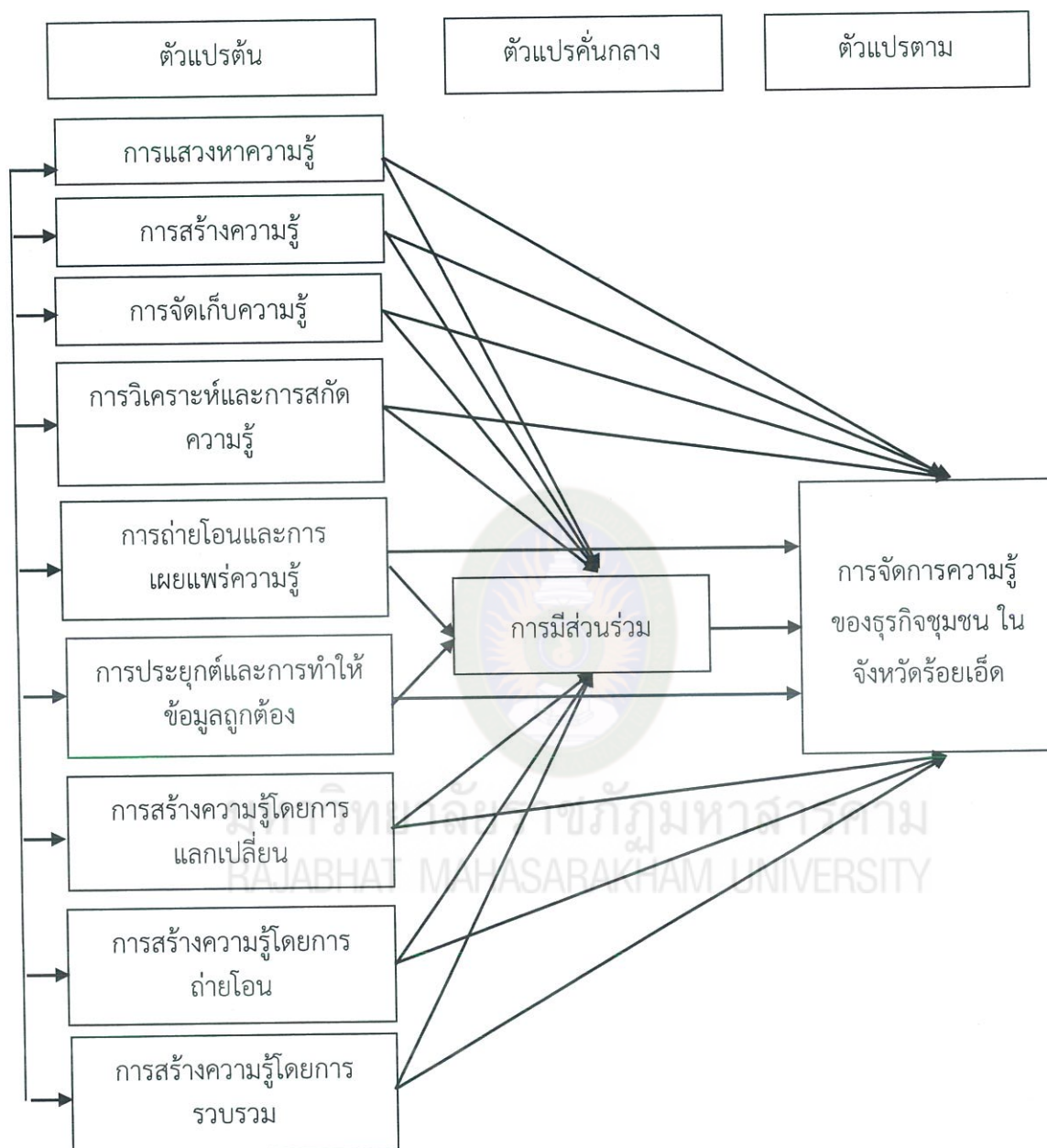
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.8.1 กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 1

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ทำให้ได้มาซึ่งตัวแปรทั้งหมด 10 ตัว นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ โดยเรียงลำดับตัวแปรตามลำดับการเกิดของเหตุการณ์เป็นกลุ่มที่แสดงอิทธิพลเป็นตัวแปรอิสระเพียงอย่างเดียว 9 ตัวแปร คือ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้อง การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน การสร้างความรู้โดยการรวบรวม และเป็นทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ การมีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยออกมาในรูปของสมการโครงสร้างเชิงเส้น เพื่อหาอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ดังนี้



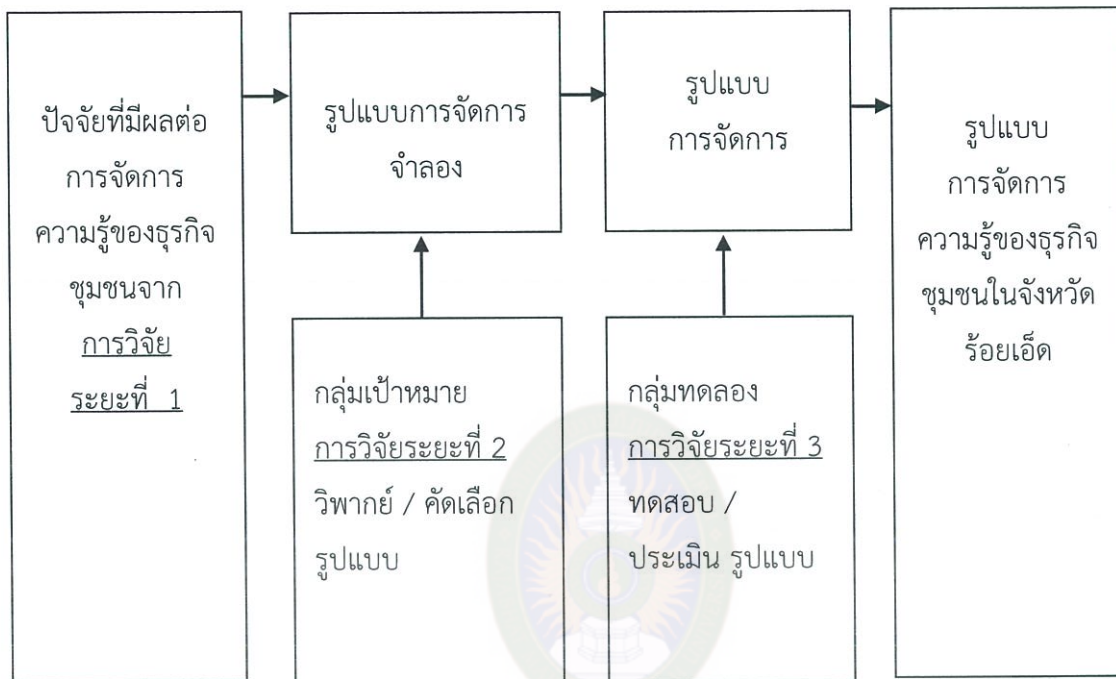
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัยระยะที่ 1

จากการทบทวนเอกสาร วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถจำแนก กรอบแนวคิดในการวิจัยในการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน และทดลองใช้พร้อมกับการประเมิน รูปแบบการจัดการความรู้ของ

ธุรกิจชุมชน จึงได้แสดงความสัมพันธ์ของการดำเนินการวิจัยที่จะให้ได้ รูปแบบการจัดการความรู้ของ ธุรกิจชุมชน กรอบแนวคิดการวิจัยนี้แสดงดังในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ของการดำเนินการวิจัยที่จะให้ได้รูปแบบการจัดการความรู้ของ ธุรกิจชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด ในการวิจัย ระยะการวิจัยที่ 2 และ 3

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1. กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย
2. เครื่องมือการวิจัย
3. การสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

ระยะที่ 3 ทดลองใช้ และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1. กลุ่มทดลอง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีดำเนินการ
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ในการวิจัยระยะที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จากสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบสอบถาม ดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ในเขตพื้นที่ 20 อำเภอ จำนวน 1,353 กลุ่ม (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด, 2559)

3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 309 กลุ่ม โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ (Taro Yamane, 1973, p. 727) กำหนด สัดส่วน และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling Method)

1) การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยครั้งนี้จากสูตรการคำนวณของทาร์ ยามาเน่ ดังนี้

จากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3-1)$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ในทาง

สังคมศาสตร์นิยมกำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ .05)

แทนค่าในสูตรจะได้ดังนี้

$$n = \frac{1,353}{1 + 1,353 (.05)^2}$$

$$n = 308.72 \text{ กลุ่ม}$$

จากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 308.72 กลุ่ม จากประชากร ทั้งหมด 1,353 กลุ่ม เพื่อให้ง่ายต่อการจำแนก ผู้วิจัยได้ปัดเศษออกเป็นเลขจำนวนเต็ม เนื่องจากสูง กว่า .05 ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง 309 กลุ่ม

2) การกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณหาสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างด้วย วิธีการเทียบบัญญัติไตรยางศ์

3) วิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

(1) การสุ่มตัวอย่างครั้งที่ 1 เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิหรือการสุ่มตามระดับชั้น อย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling Method) เมื่อได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 309 คน ผู้วิจัยได้จัดชั้นภูมิ (Strata) ของหน่วยตัวอย่าง จำแนกตามรายอำเภอ 20 อำเภอ เพื่อให้มีการกระจายหน่วยตัวอย่างไปทุกอำเภอในจังหวัดร้อยเอ็ด จึงคำนวณหาสัดส่วนหน่วยตัวอย่างในแต่ละอำเภอ โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{n_1 \times N_1}{N} \quad (3-2)$$

n_1 = กลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N_1 = จำนวนประชากรของแต่ละอำเภอ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

ตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ
แทนค่าจากสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{317 \times 309}{1,353} \\ &= 72.39 \end{aligned}$$

(2) การสุ่มครั้งที่ 2 เป็นการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling Method) โดยการจับสลากรายชื่อของประชากรทั้งหมด 20 อำเภอ มาจัดทำฉลาก แล้วหยิบรายชื่อจนได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างในสัดส่วนที่อำเภอนั้นได้รับผลการคำนวณจำนวนหน่วยตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอำเภอ

ลำดับที่	อำเภอในจังหวัดร้อยเอ็ด	จำนวนกลุ่ม	กลุ่มตัวอย่าง
1.	อำเภอเมืองร้อยเอ็ด	317	73
2.	อำเภอเกษตรวิสัย	56	13
3.	อำเภอปทุมรัตน์	62	14
4.	อำเภอจตุรพักตรพิมาน	64	15
5.	อำเภอพนมไพร	44	10
6.	อำเภอธวัชบุรี	56	13
7.	อำเภอโพนทอง	120	27
8.	อำเภอเสลภูมิ	100	23
9.	อำเภอโพธิ์ชัย	84	19
10.	อำเภอหนองพอก	34	8
11.	อำเภอสุวรรณภูมิ	70	16
12.	อำเภอเมืองสรวง	20	4
13.	อำเภอโพนทราย	22	5
14.	อำเภออาจสามารถ	66	15
15.	อำเภอเมยวดี	30	7
16.	อำเภอศรีสมเด็จ	40	9
17.	อำเภอจังหาร	68	16
18.	อำเภอหนองฮี	36	8
19.	อำเภอเชียงขวัญ	36	8
20.	อำเภอทุ่งเขาหลวง	28	6
	รวม	1,353	309

3.1.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1.2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง การสร้างความรู้ หรือที่

เรียกว่า วงจรความรู้ ได้แก่ การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน การสร้างความรู้โดยการรวบรวม

3.1.2.2 ตัวแปรคั่นกลาง คือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

3.1.2.3 ตัวแปรตาม คือ การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

3.1.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

3.1.3.1 การสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เรื่องการจัดการความรู้ ธุรกิจชุมชน และปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน นำข้อมูลมากำหนดกรอบโครงสร้างเนื้อหาของแบบสอบถาม สร้างข้อคำถามของแบบสอบถามและเลือกข้อคำถามจากแบบสอบถามของวิราภรณ์ บุญเพชร (2557) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบโครงสร้างเนื้อหาที่กำหนด นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

ลักษณะแบบสอบถาม ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) มีคำตอบให้เลือกตอบ และระบุข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน รวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 60 ข้อ ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านการจัดการความรู้
 - 1.1) การแสวงหาความรู้
 - 1.2) การสร้างความรู้
 - 1.3) การจัดเก็บความรู้
 - 1.4) การวิเคราะห์และการสกัดความรู้
 - 1.5) การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้
 - 1.6) การประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง
- 2) ปัจจัยด้านการสร้างความรู้
 - 2.1) การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน
 - 2.2) การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน

2.3) การสร้างความรู้โดยการรวบรวม

3) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

ส่วนที่ 3 การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ประมาณค่า 5 ระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (1967). ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ซึ่งเป็นข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, น. 193-194)

$$\text{คะแนนอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินความคิดเห็นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ตามหลักของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, น. 193-194) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อยที่สุด

3.1.3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้

1.1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ชมพูนุท เมฆเมืองทอง ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วุฒิศึกษาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและพัฒนาหลักสูตร เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา

2.2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.ไพศาล วรคำ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินผล คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วุฒิศึกษาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินผลการศึกษา เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลและประเมินผล

2.3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม คุณวุฒิบริหารธุรกิจ ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

2) นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (Index of Items Objective Congruence: IOC) โดยให้คะแนนระดับความสอดคล้องดังนี้

- +1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยสูตรที่ใช้การคำนวณมีดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-3)$$

โดยที่ R แทน ผลรวมของผลการประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกัน และให้ผลการประเมินเป็น +1

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ถ้าค่า IOC มีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องทุกองค์ประกอบ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข

3) การทดสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้ปลูกข้าวบ้านหนองโน ตำบลวังยาว จังหวัดมหาสารคาม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีบริบทใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบข้อคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ รวมถึงการจัดกลุ่มของคำถามหรือมีคำถามความยากง่ายต่อการเข้าใจเพียงใด โดยนำไปหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อก่อน จึงจะนำไปหาความเชื่อมั่น

4) หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับค่า โดยการหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) ด้วยวิธีการของ Cronbach (1970, p. 161) หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (Cronbach's Co-efficiency) (อภิรักษ์ จันตะนี, 2550, น. 147) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[\frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	แทน	จำนวนข้อของคำถาม
S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนผลรวมคะแนนของคำถามทั้งฉบับ
$\sum S_i^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของคำถามแต่ละข้อ

5) การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยเกณฑ์ในการพิจารณาค่าความเชื่อมั่น ผลการวัดที่ยอมรับได้และมีความถูกต้องต้องมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2548, น. 199)

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าเท่ากับ 0.92 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดในภาคผนวก ข

3.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

ผู้วิจัยได้ยื่นหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ต่อผู้ประสานงานกลุ่มธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 20 อำเภอ ในวันที่ 5 มีนาคม 2560 ล่วงหน้าก่อนเก็บรวบรวม

ภาคสนาม 1 สัปดาห์ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในวันที่ 13 มีนาคม 2560 ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์การเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถาม และการตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แก่ผู้ประสานงานธุรกิจชุมชนในแต่ละอำเภอ หลังจากนั้นจึงมอบแบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด รวมทั้งสิ้น 350 ฉบับ และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ภายในวันที่ 20 มีนาคม 2560

3.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ได้แบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 309 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จัดหมวดหมู่ และบันทึกคะแนนแต่ละหัวข้อในรูปรหัส (Coding Form) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

3.1.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

3.1.5.2 สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3.1.5.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน โดยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยมีค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยดังนี้

1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เส้นทาง โดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและวิธีการวิเคราะห์สมการด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) มีฟังก์ชันดังนี้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

$$F = \log[\Sigma] + \text{tr}(S \Sigma^{-1}) - \log[s] + k \quad (3-4)$$

โดยที่

F	แทน	ฟังก์ชันความกลมกลืน
S	แทน	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างกลุ่มตัวอย่าง
Σ	แทน	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมและความแปรปรวนร่วมที่ได้จากการประมาณค่าพารามิเตอร์

k	แทน	จำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด
tr	แทน	ผลรวมสมาชิกในแนวทแยงของเมทริกซ์

2) การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล โดยการวิเคราะห์เส้นทาง แล้วพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีดัชนีความกลมกลืนที่ใช้ในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1) ค่าดัชนีไค-สแควร์ (Chi-Square) เป็นค่าที่คำนวณได้จากความแตกต่างระหว่าง Observed Sample Covariance Matrix ซึ่งเป็นเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรที่สังเกตได้ เป็นค่าสถิติใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าฟังก์ชันมีความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์ โดยคำนวณจากผลคูณขององศาอิสระกับค่าของฟังก์ชันความกลมกลืน ถ้าค่าไค-สแควร์ มีค่าสูงมาก แสดงว่า ฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ โมเดลอิสระไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าไค-สแควร์ มีค่าต่ำมาก ยังมีค่าใกล้ศูนย์จากมากเท่าไร แสดงว่า โมเดลอิสระสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542 : 51) ซึ่งคำนวณจากตัวแปรสังเกตทั้งหมดที่อยู่ในโมเดลกับค่า SEM Estimated Covariance Matrix (Reproduced Variance-Covariance Matrix)

ค่า χ^2 สามารถหาได้จากสมการ

$$\chi^2 = (N - 1)(S - \Sigma_k) \quad (3-5)$$

โดยที่

N	แทน	จำนวนหน่วยวิเคราะห์ หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
S	แทน	Observed Sample Covariance Matrix
χ^2	แทน	SEM Estimated Covariance Matrix หรือ Reproduced Variance-Covariance Matrix

2.2) ค่าระดับความเป็นอิสระ (Degree of Freedom: df) เป็นค่าสถิติที่ใช้แสดงความสอดคล้องระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลโดยใช้ร่วมกับค่า Chi-Square คือ ถ้าโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน ค่า df และค่า Chi-Square จะมีค่าใกล้เคียงกันและมีค่าไม่มากโดยที่ค่า p-Value ของ Chi-Square ต้องมากกว่า 0.05

ค่า df สามารถหาได้จากสมการ

$$\text{Degrees of Freedom} = \frac{1}{2}[p(p+1)] - k \quad (3-6)$$

โดยที่

P	แทน	จำนวนตัวแปรสังเกต (Observed variables) ทั้งหมด
K	แทน	จำนวนค่าพารามิเตอร์ที่ถูกประมาณค่าอย่างอิสระ (Free estimated parameters)

(3) ค่าดัชนีรากสองกำลังเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ค่า RMSEA จะบอกให้ผู้วิจัยทราบว่าโมเดลที่ประกอบด้วยค่าพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าแต่ถูกเลือกเข้ามาใช้ประมาณค่ามีความสอดคล้องกับค่า Population Covariance Matrix หรือไม่ ค่า RMSEA จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 - 1.00

ค่า RMSEA สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$RMSEA = \sqrt{\frac{\chi^2 - 1}{df(N-1)}} \quad (3-7)$$

โดยที่

χ^2	แทน	ค่า Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square
df	แทน	ค่า Degree of Freedom ของโมเดล LISREL
N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

(4) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) ได้แก่

4.1) ค่าดัชนี Normed Fit Index: NFI เป็นดัชนีแสดงการเปรียบเทียบหรือแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่า Chi-Square ของโมเดลการวิเคราะห์ กับค่า Chi-Square ของ Null Model มีค่า 0.00 - 1.00

4.2) Null Model หรือ Baseline Model เป็นโมเดลที่ค่าสหสัมพันธ์ และค่าความแปรปรวนร่วมมีค่าเท่ากับศูนย์ ในโปรแกรม AMOS เรียกว่า Independence Model โมเดลลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่ผู้วิจัยวัดมานั้นไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ต่อกันเลย

ค่า NFI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$NFI = 1 - \frac{\chi^2}{\chi^2_{Null}} \quad (3-8)$$

โดยที่

χ^2 แทน ค่า Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square

χ^2_{null} แทน ค่า Chi-Square for Independence Model with Degrees of Freedom

4.3) ค่าดัชนี Non-Normed Fit Index: NNFI เป็นดัชนีที่แสดงการเปรียบเทียบหรือแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าของ Chi-Square ของโมเดลการวิเคราะห์กับค่า Chi-square ของ Null Model

ค่า NNFI สามารถหาได้จากสมการ

$$NNFI = \frac{\frac{\chi^2_{Null}}{df_{Null}} - \frac{\chi^2}{df}}{\frac{\chi^2_{Null}}{df_{Null}} - 1} \quad (3-9)$$

โดยที่

χ^2 แทน ค่า Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square

χ^2_{null} แทน ค่า Chi-Square for Independence Model with Degrees of Freedom

df แทน ค่า degree of freedom ของโมเดล

df_{Null} แทน ค่า degree of freedom ของ

Independence Model

(5) ค่าดัชนี Relative Fit Index: RFI เป็นดัชนีมีค่าระหว่าง 0.00 -1.00

ค่า RFI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$RFI = 1 - \frac{\left(\frac{\chi^2}{df} \right)}{\left(\frac{\chi_{Null}^2}{df_{Null}} \right)} \quad (3-10)$$

โดยที่

χ^2 แทน ค่า Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square

χ_{null}^2 แทน ค่า Chi-Square for Independence Model with Degrees of Freedom

df แทน ค่า degree of freedom ของโมเดล

df_{Null} แทน ค่า degree of freedom ของ Independence Model

RFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่า โมเดลมีความเหมาะสม

RFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 0.00 หรือเท่ากับ 0.00 แสดงว่า โมเดลไม่มีความเหมาะสม

(6) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI) หรืออาจเรียกว่า Gamma-Hat : หรือ Jöreskog-Sörbom GFI เพื่อใช้ประโยชน์จากค่า Chi-square ในการเปรียบเทียบระดับความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดล 2 โมเดล เมื่อใช้ข้อมูลชุดเดียวกันหรือต่างชุดกัน โดยใช้การพิจารณาค่า Chi-square เป็นสำคัญคือ ถ้าค่า Chi-square มีค่าสูงเมื่อเทียบกับค่า Degree of Freedom (อาจพิจารณาจากค่า COD หรือค่า NCP) นักวิจัยต้องทำการปรับโมเดลแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลใหม่ ถ้าค่า Chi-square ที่ได้ใหม่มีค่าลดลงมากกว่าค่าแรก แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น

ดัชนี GFI จะมีค่าระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 และดัชนี GFI มีโอกาสเพิ่มค่าขึ้นได้เมื่อ

- 1) กลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่
- 2) ค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณค่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น

3) Degree of Freedom มีค่ามาก
ค่า GFI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$GFI = 1 - \frac{F_k}{F_0} \quad (3-11)$$

โดยที่

GFI แทน ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน

$F_k = (S - \hat{\sigma})W^{-1}(S - \hat{\sigma})$ ในที่นี้หมายถึง Matrix ความแปรปรวนของความ

คลาดเคลื่อน

$F_0 = S'W^{-1}S$ ในที่นี้หมายถึง Matrix ของความแปรปรวนทั้งหมด

(7) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีความหมายและการนำไปใช้เช่นเดียวกับ GFI คือ

ค่า AGFI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$AGFI = 1 - \left[\frac{k(k+1)}{2df} \right] (1 - GFI) \quad (3-12)$$

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

โดยที่

AGFI แทน ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว

k แทน จำนวนตัวแปรสังเกต

df แทน ค่า degree of freedom ของโมเดลที่ใช้
เพื่อการหาค่า GFI

(8) ค่าดัชนีความสอดคล้องของสารูปสนิทธิแบบประหยัด (Parsimony Goodness of Fit Index: PGFI) เป็นค่าดัชนีที่ปรับปรุงมาจากค่าดัชนี GFI เพื่อแสดงความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์แบบประหยัด เมื่อมีจำนวนค่าพารามิเตอร์ในโมเดลการวิเคราะห์ที่พอเหมาะ

ค่า PGFI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$PGFI = \left[\frac{2df}{k(k+1)} \right] GFI \quad (3-13)$$

โดยที่

GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index)
k	แทน	จำนวนตัวแปรสังเกต
df	แทน	ค่า degree of freedom ของโมเดลที่ใช้เพื่อ การหาค่า GFI

(9) ค่าดัชนี Hoelter's critical Index : HI (ใน Printout ของโปรแกรม LISREL 8.80 ใช้ Critical N : CN) เป็นดัชนีที่กำหนดความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ว่ามีขนาดเหมาะสมเพียงใด

ค่า HI สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$HI = 1 + \frac{(N - 1)\chi_{critical}^2}{\chi^2} \quad (3-13)$$

ในกรณีที่ไม่ทราบค่า $\chi_{critical}^2$ เราสามารถประมาณค่า HI จากสมการ

$$HI = 1 + \frac{[1.645 + \sqrt{(2df - 1)}]^2}{2\chi^2 (N - 1)}$$

หรือ

$$HI = \frac{\sqrt{2.58 + (2df - 1)^2}}{2\chi^2 (N - 1)}$$

ซึ่งเป็นสมการที่โปรแกรม LISREL ใช้ในการคำนวณค่า HI

โดยที่

N	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
χ^2	แทน	ค่า Minimum Fit Function Chi-Square
$\chi_{critical}^2$	แทน	ค่าวิกฤตของ Chi-square ที่ $\alpha = 0.05$
df	แทน	ค่า degree of freedom ของโมเดลการวิเคราะห์

ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ในการวิจัยระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยผลการวิจัยในระยะที่ 1 ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ใช้เป็นหัวข้อของรูปแบบ สร้างรูปแบบโดยยึดแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และธุรกิจชุมชน หาคูณภาพของรูปแบบโดยการประชุมวิพากษ์ของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.2.1 กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้พัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จำนวน 20 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) จากผู้ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

3.2.1.1 มีความรู้เรื่องการจัดการความรู้และเรื่องธุรกิจชุมชน และ/หรือ

3.2.1.2 มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจชุมชน อย่างน้อย 1 ปี

3.2.1.3 มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

3.2.1.4 มีบุคลิกที่บ่งบอกถึงลักษณะการวิพากษ์วิจารณ์

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัย มี 2 ประการ ได้แก่ รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด และ การประชุมกลุ่ม (Focus Group)

3.2.2.1 รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคูณภาพของรูปแบบตามขั้นตอน ดังนี้

1) นำผลการวิจัยในระยะที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มากำหนดประเด็นหัวข้อหลักของรูปแบบศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบทที่ 2 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดหลักการ โครงสร้าง และกิจกรรมของรูปแบบ

2) สร้างรูปแบบตามหลักการ โครงสร้าง และกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จัดทำเป็นแบบฉบับร่าง ดังนี้

2.1) ชุดกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการกระทำกิจกรรม เช่น เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นขั้นพื้นฐานเป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความจำเป็นขั้นพื้นฐานเป็นผู้มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและบริการให้สมบูรณ์และสุดท้ายเป็นผู้

ได้รับความพึงพอใจ และเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป การมีส่วนร่วมที่เป็นแนวคิดที่เป็นระบบมากที่สุด มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในขั้นการริเริ่มการพัฒนาซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นพบปัญหาและหาสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผนในการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการและแนวทางการดำเนินงานตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้

ขั้นตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ในการสนับสนุนทรัพยากรด้านการเงินวัสดุอุปกรณ์แรงงานหรือเข้าร่วมบริหารประสานงานและขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก

ขั้นตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ขั้นตอนที่ 5 การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมประเมินว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

หลักการและเหตุผล แนวทางการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเป็นการพัฒนาอีกรูปแบบหนึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการในกิจกรรมและการบริหารในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการคิดแก้ไขปัญหา วางแผนตัดสินใจระดมทรัพยากรบริหารจัดการและติดตามประเมินผลซึ่งในการมีส่วนร่วมดำเนินการนั้น เพื่อให้เกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่อชุมชน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มทักษะการมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และทราบถึงประโยชน์ ข้อจำกัดและอุปสรรคของการบริหารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด การมีส่วนร่วมเป็นความจำเป็นอันดับต้นๆ ของการพัฒนาบุคคลและองค์กร ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชน และเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม

วันเวลาดำเนินการ วันที่ 15 - 17 ธันวาคม 2560 เวลา 08.30 -

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการระดมสมอง

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาการพูด

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการศึกษาดูงาน การวัดและประเมินผล สังเกต

ความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม

2.2) ชุดกิจกรรมด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้

การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ (Knowledge Analysis And Data Mining) ในการวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้และจัดระบบข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน และจัดระบบข้อมูลเป็นเทคนิค ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวางโครงสร้างของข้อมูลหรือความรู้การทำให้ความรู้ในคลัง ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องนอกองค์กร สามารถเข้าถึงได้ทุกคนทุกเวลาทุกโอกาสตามสิทธิการเข้าถึง (access right) ที่กำหนด ในส่วนของการจัดระบบข้อมูล เป็นลักษณะของการเข้าถึงสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการเพื่อนำมา ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจึงควรทำให้สมาชิกทราบถึงช่องทาง หรือวิธีการ ที่จัดไว้อย่างเป็นระบบสำหรับการค้นหาความรู้ต่างๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ การทำสมุดหน้าเหลือง ขององค์กรหรือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น เครือข่ายการทำงาน ตามระดับชั้นการประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่จะนำไปสู่การถ่ายโอน ความรู้ในองค์กร โดยสรุปการวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้และจัดระบบข้อมูล หมายถึง เป็นเทคนิคสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะนำมาสานต่อการวางโครงสร้างของข้อมูล หรือความรู้การทำให้ความรู้ในคลังให้มีความถูกต้องเป็นปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกเวลา ทุกโอกาส ตามสิทธิ การเข้าถึงที่กำหนด

หลักการและเหตุผล การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ มุ่งที่คนกลุ่มคน การแลกเปลี่ยน ความรู้หรือการแบ่งปันความรู้จะต้องไม่ใช่เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวแต่ต้องมีการใช้คนด้วย เช่น การประชุม อบรม สัมมนา การสร้างเครือข่าย การประชุมทางไกล การแลกเปลี่ยน ความรู้ หรือการแบ่งปันความรู้ไม่ใช่เป็นเรื่องของธรรมชาติ แต่ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนและต้องใช้เวลาอีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้ ช่วยเพิ่มพูนความสามารถ และทักษะของบุคลากรด้วย การถ่ายโอนความรู้ (knowledge transfer) ครอบคลุมถึงประเด็นการสื่อสารความรู้ไปยังผู้อื่นอย่างเข้าใจตรงกัน

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ และเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์และการสกัดความรู้

วันเวลาดำเนินการ วันที่ 15 - 17 ธันวาคม 2560 เวลา 08.30 - 17.00 น.

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาอารมณ์

การวัดและประเมินผล สังเกตความร่วมมือ และผลที่ได้รับจากสมาชิกในกลุ่ม ภายหลังจากทำกิจกรรม

3) หากคุณภาพของรูปแบบ นำรูปแบบฉบับร่างเข้าสู่การวิพากษ์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เทคนิคการประชุมกลุ่ม (Focus Group Technique) 2 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อระดมสมอง (Brainstorming) 3 ประเด็น ได้แก่ สภาพและความต้องการธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการจัดการธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด และแหล่งความรู้และการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชน แบ่งกลุ่มย่อย 4 กลุ่มๆ ละ 5 คน รายนามผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเป้าหมายดังปรากฏในภาคผนวก 8 ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ

กลุ่มที่ 2 ผู้พัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน

กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

ครั้งที่ 2 การประชุมกลุ่มใหญ่ ระดมสมอง เกี่ยวกับ รูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดควรมีลักษณะใด พิจารณารูปแบบ (ฉบับร่าง) และหาข้อสรุป และข้อเสนอแนะ ของรูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบ ในการวิจัยระยะที่ 3 ต่อไป

ระยะที่ 3 ทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

การวิจัยระยะที่ 3 ทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มทดลอง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือการวิจัย และวิธีดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียดในหัวข้อต่อไปนี้

3.3.1 กลุ่มทดลอง

กลุ่มทดลอง ได้แก่ สมาชิกของกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) จำนวน 35 คนจากผู้ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

3.3.1.1 เป็นสมาชิกกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก

3.3.1.2 มีความสนใจและสมัครใจที่จะเข้าร่วมโครงการนี้จนสิ้นสุดโครงการ

3.3.1.3 ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมของโครงการด้วยความเต็มใจ

3.3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

3.3.2.2 ตัวแปรตาม คือ ผลการใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือวิจัย มี 2 แบบ ดังนี้

3.3.3.1 แบบวัดความรู้ในการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชน เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้วัดประสิทธิภาพของรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดจากการวัดความรู้ของกลุ่มทดลอง ก่อนการอบรม (Pretest) และหลังการอบรม (Posttest) ลักษณะของแบบวัด เป็นแบบทดสอบ ขั้นตอนการสร้างแบบทดสอบ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

- 1) กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย
- 2) กำหนดลักษณะของแบบทดสอบ
- 3) การสร้างแบบทดสอบ
- 4) การสร้างข้อคำถาม
- 5) การประเมินคุณภาพของแบบทดสอบ

3.3.3.2 แบบสำรวจความพึงพอใจ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ประเมินค่า 5 ระดับความคิดเห็นตามแบบของ Likert (1967) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- 5 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง อยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ซึ่งเป็นข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, น. 193-194)

$$\begin{aligned}
 \text{คะแนนอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินความคิดเห็นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ตามหลักของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, น. 193-194) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม ได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้

1.1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท เมฆเมืองทอง ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วุฒิกการศึกษา ครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาวิจัยและพัฒนาหลักสูตร เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา

1.2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรรคคำ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินผล คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วุฒิกการศึกษา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินผลการศึกษา เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลและประเมินผล

1.3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม วุฒิกการศึกษา บริหารธุรกิจศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

2) นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (Index of Items Objective Congruence: IOC) โดยให้คะแนนระดับความสอดคล้องดังนี้

+1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 = เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 = เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยสูตรที่ใช้การคำนวณมีดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-14)$$

โดยที่

R แทน ผลรวมของผลการประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันและให้ผลการประเมินเป็น +1

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ถ้าค่า IOC มีค่าระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ทุกองค์ประกอบ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข

3.3.3 วิธีดำเนินการ

การวิจัยระยะที่ 3 เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Design) โดยมีแบบแผนการวิจัยแบบ One – Group Pretest – Posttest Design ซึ่งแบบแผนการวิจัยดังนี้

O₁.....X.....O₂

เมื่อ

O₁ แทน การทดสอบแบบก่อนการทดลอง

X แทน การทำการทดลอง

O₂ แทน การทดสอบหลังการทดลอง

วิธีดำเนินการมีขั้นตอน ดังนี้

3.3.3.1 เลือกกลุ่มทดลอง เพื่อดำเนินการทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบ ได้แก่สมาชิกของกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) ตามเกณฑ์ที่กำหนด

3.3.3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการอบรมกับกลุ่มทดลอง โดยใช้แบบวัด ความรู้ในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน (Pretest)

3.3.3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลหลังการทดลองกับกลุ่มทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยใช้แบบวัดความรู้ในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน (Posttest) และแบบสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มทดลองที่มีต่อการใช้รูปแบบ

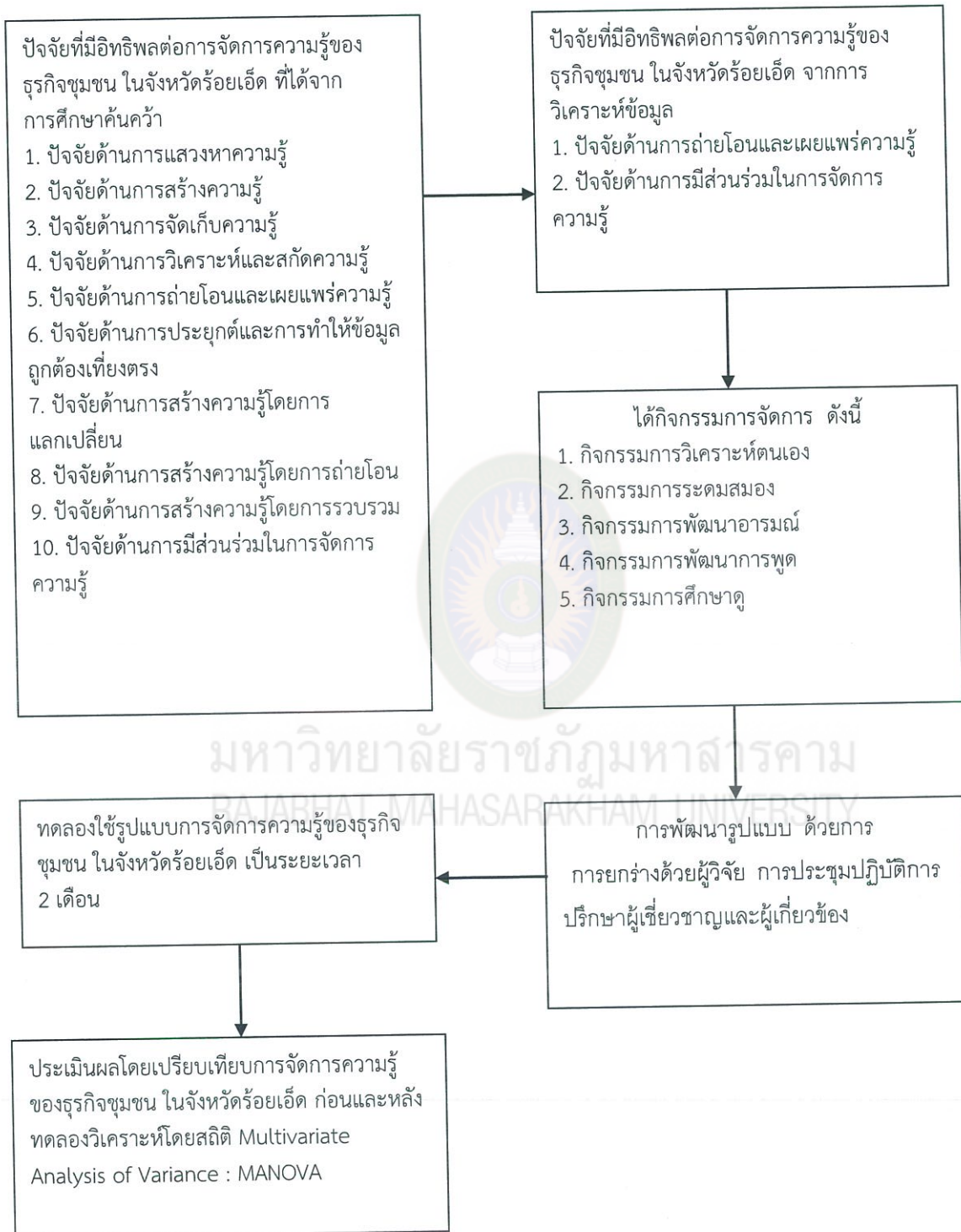
3.3.3.4 นำข้อมูลที่ได้จากแบบวัดก่อนการทดลองและหลังการทดลอง รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจความพึงพอใจ มาตรวจให้คะแนน บันทึกข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แล้วสรุปผลการวิจัยในระยะที่ 3

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.4.1 ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ และเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ได้แบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 35 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จัดหมวดหมู่ และบันทึกคะแนนแต่ละหัวข้อในรูปรหัส (Coding Form) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

3.3.4.2 ทดลองใช้และประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน การประเมินผลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน เป็นการวิจัยในระยะที่ 3 ซึ่งเป็นการนำรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ที่ปรับปรุงแล้วมาทดลองใช้ จากนั้นนำผลการทดลองที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ระยะที่ 3 ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนพหุคูณ (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA)

จากวิธีดำเนินการวิจัยข้างต้น สรุปกระบวนการวิจัย ดังแผนภูมิที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กระบวนการดำเนินการวิจัยรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย
2. ลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิจัย
3. ผลการวิจัย

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความหมาย ดังนี้

4.1.1 สัญลักษณ์ใช้แทนตัวแปร

X1	แทน	ด้านการแสวงหาความรู้
X2	แทน	ด้านการสร้างความรู้
X3	แทน	ด้านการจัดเก็บความรู้
X4	แทน	ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้
X5	แทน	ด้านการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้
X6	แทน	ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง
X7	แทน	ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน
X8	แทน	ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน
X9	แทน	ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม
X10	แทน	ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้
KM	แทน	การจัดการความรู้
SKM	แทน	ความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน
Y1	แทน	ความสำเร็จการเรียนรู้ของสมาชิก
Y2	แทน	ความสำเร็จของวิธีการเรียนรู้
Y3	แทน	ความสำเร็จการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

4.1.2 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SKEWNESS	แทน	ค่าความเบ้ (Skewness)
KURTOSIS	แทน	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณกำลังสอง (Square Multiple Correlation) หรือ สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination)
X^2	แทน	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)
df	แทน	องศาอิสระ (Degree of Freedom)
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index)
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	แทน	ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation)
RMR	แทน	ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root Mean Square Residual)
DE	แทน	อิทธิพลหรือผลทางตรง (Direct Effects)
IE	แทน	อิทธิพลหรือผลทางอ้อม (Indirect Effects)
TE	แทน	อิทธิพลหรือผลรวม (Total Effects)

4.2 ลำดับขั้นตอนการนำเสนอผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตอนที่ 3 ผลการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ตอนที่ 4 ผลการทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

4.3 ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 309 คน ซึ่งคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ตารางที่ 4.1

จำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไป (n =309)	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	59	19.1
1.2 หญิง	250	80.9
รวม	309	100
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.3
2.2 20 – 30 ปี	9	2.9
2.3 31 – 40 ปี	26	8.4
2.4 41 – 50 ปี	114	36.9
2.5 51 – 60 ปี	119	38.5
2.6 61 – 70 ปี	27	8.7
2.7 71 ปีขึ้นไป	10	3.3
รวม	309	100
3. ตำแหน่งงานในกลุ่ม		
3.1 ประธาน	193	62.5
3.2 รองประธาน	31	10.0
3.3 สมาชิกในกลุ่ม	48	15.5
3.4 คณะกรรมการบริหารกลุ่ม	37	12.0
รวม	309	100

(ต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไป (n =309)	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ประถมศึกษา	92	29.8
4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	31	10.0
4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย	116	37.5
4.4 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	15	4.9
4.5 ปริญญาตรี	49	15.9
4.6 สูงกว่าปริญญาตรี	6	1.9
รวม	309	100
5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชน		
5.1 ต่ำกว่า 5 ปี	96	31.1
5.2 6 – 10 ปี	101	32.7
5.3 11 – 15 ปี	71	23.0
5.4 16 – 20 ปี	31	10.0
5.5 สูงกว่า 21 ปีขึ้นไป	10	3.2
รวม	309	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 309 คน เป็นเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 เพศหญิงจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 80.9 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ตำแหน่งงานในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นประธาน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือประถมศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของกลุ่มธุรกิจชุมชนมากที่สุดคือ 6 – 10 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1

2. ผลการตรวจสอบค่าความเบ้และค่าความโด่งของข้อมูล

ข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้โปรแกรม Lisrel คือ ลักษณะการกระจายของข้อมูลต้องกระจายแบบโค้งปกติ ทุกตัวแปรจะต้องมีค่าความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน ± 1 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทำการตรวจสอบค่าความเบ้และค่าความโด่ง ดังนี้

ตารางที่ 4.2

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปร

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	Sk	Ku	แปลผล
1. ด้านการแสวงหาคำมั่ง	4.02	.58	-.72	.43	โค้งปกติ
2. ด้านการสร้างความรู้	4.01	.60	-.31	-.66	โค้งปกติ
3. ด้านการจัดเก็บความรู้	3.92	.64	-.42	-.51	โค้งปกติ
4. ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้	3.87	.62	-.24	-.48	โค้งปกติ
5. ด้านการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้	3.93	.65	-.19	-.70	โค้งปกติ
6. ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูล ถูกต้องเที่ยงตรง	4.09	.59	-.22	-.42	โค้งปกติ
7. ด้านการสร้างความรู้โดยการ แลกเปลี่ยน	3.95	.69	-.45	-.35	โค้งปกติ
8. ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน	3.92	.69	-.38	-.15	โค้งปกติ
9. ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม	3.86	.64	-.36	-.22	โค้งปกติ
10. ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการ ความรู้	4.13	.60	-.42	-.25	โค้งปกติ

จากตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ห้มูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบคุณลักษณะของข้อมูลกระจายข้อมูลเป็นโค้งปกติหรือไม่ ด้วยการทดสอบค่าสถิติความเบ้ (Skewness) และทดสอบค่าสถิติความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรทั้ง 10 ตัวแปร พบว่า มีค่าไม่เกิน ± 1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดมีการกระจายของข้อมูลเป็นโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไปได้

3. ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ เป็นการทดสอบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความเป็นอิสระต่อกันหรือไม่ ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.3

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปร

	KM	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
KM	1										
X1	.473**	1									
X2	.513**	.749**	1								
X3	.531**	.698**	.750**	1							
X4	.549**	.693**	.728**	.726**	1						
X5	.456**	.637**	.597**	.605**	.596**	1					
X6	.465**	.616**	.626**	.574**	.641**	.676**	1				
X7	.456**	.661**	.586**	.555**	.577**	.597**	.644**	1			
X8	.500**	.617**	.526**	.529**	.607**	.667**	.682**	.750**	1		
X9	.571**	.559**	.633**	.590**	.605**	.549**	.581**	.482**	.628**	1	
X10	.606**	.532**	.549**	.543**	.499**	.465**	.483**	.508**	.510**	.687**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ตัวแปรเชิงสาเหตุ ได้แก่ ตัวแปรด้านการแสวงหาความรู้ (X1) ด้านการสร้างความรู้ (X2) ด้านการจัดเก็บความรู้ (X3) ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) ด้านการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (X5) ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง (X6) ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน (X7) ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน (X8) ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม (X9) ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .456 ถึง .775 ซึ่งไม่มีตัวแปรคู่ใดมีความสัมพันธ์กันเองสูงเกิน 0.75 ขึ้นไป จึงสามารถนำไปทดสอบสมมุติฐานต่อไปได้

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรด้านการแสวงหาความรู้ (X1) ด้านการสร้างความรู้ (X2) ด้านการจัดเก็บความรู้ (X3) ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) ด้านการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (X5) ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง (X6) ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน (X7)

ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน (X8) ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม (X9) ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) จากการเก็บข้อมูล จำนวน 309 ชุด ดังนี้

ตารางที่ 4.4

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระทุกตัวส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด วิเคราะห์โดยใช้สถิติ Multiple Linear Regression

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	.807	.215		3.750	.000
X1	-.076	.079	-.073	-.953	.341
X2	.023	.085	.022	.267	.790
X3	.100	.071	.106	1.414	.158
X4	.195	.071	.198	2.746	.005**
X5	.023	.062	.024	.371	.711
X6	-.008	.070	-.008	-.118	.906
X7	.005	.067	.006	.075	.940
X8	.089	0.73	.101	1.226	.221
X9	.100	.068	.106	1.482	.139
X10	.343	.062	.341	5.546	.000**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อยู่ 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) และ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีผลมากไปหาน้อย ได้แก่ ตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) (Beta = 0.341) และตัวแปรด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) (Beta = 0.198)

ตารางที่ 4.5

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.452	.45259

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) $R^2 = 0.470$ ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีผลต่อตัวแปรตาม คือ การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ร้อยละ 47.0 ($R^2 = 0.470$)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) หรือสมการเชิงโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุสมการเชิงเส้นอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของตัวแปรต้น ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ (X1) ด้านการสร้างความรู้ (X2) ด้านการจัดเก็บความรู้ (X3) ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) ด้านการถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (X5) ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง (X6) ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน (X7) ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน (X8) ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม (X9) ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) ที่ส่งผลทั้งโดยตรง โดยอ้อมและโดยรวมต่อตัวแปรตาม คือการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ตั้งสมมติฐานการวิจัยในข้อ 1 คือ การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้รับผลโดยตรงจาก 1) ปัจจัยด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ ได้รับผลโดยอ้อมจากปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ และจากการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ค่าสถิติ ดังนี้

Chi-Square = 28.93 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ Chi-Square / df = < 3)

Degrees of Freedom = 1

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.31 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์

ยอมรับ คือ ≤ 0.05)

P-value = 0.0000

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.020 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ \leq

0.05)

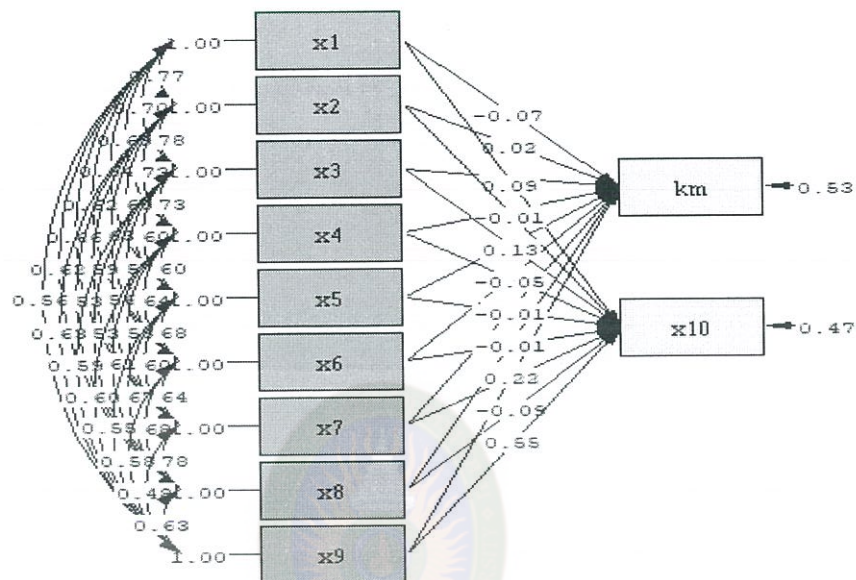
Standardized RMR = 0.020 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ ≤ 0.05)

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ ≥ 0.90)

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = -0.11 (ค่าที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับ คือ ≥ 0.90)

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.015

แสดงเป็นภาพได้ดังภาพประกอบที่ 4.1



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

ภาพที่ 4.1 รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ตัวแบบตั้งต้นที่ 1

จากภาพประกอบที่ 4.1 ผลจากการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) หรือสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามในตัวแบบตั้งต้นที่ 1 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานตั้งต้น ไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแบบจำลองใช้ค่าดัชนีต่าง ๆ รวมทั้งดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบไม่อยู่ตามเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

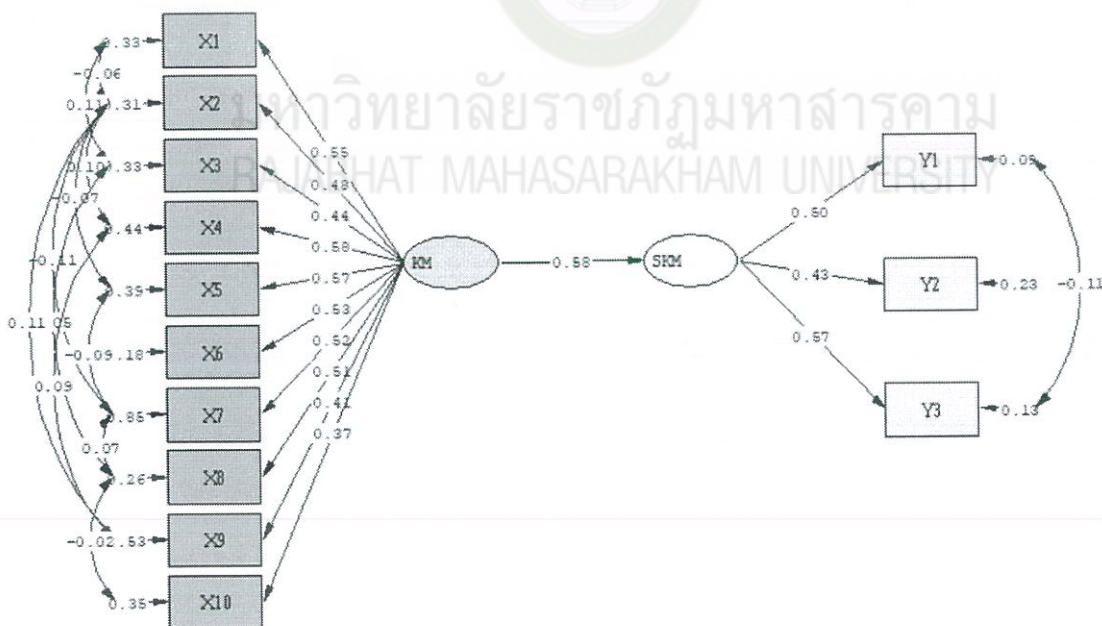
ตารางที่ 4.6

ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานตั้งต้นที่ 1 ของการวิจัย

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าสถิติในตัวแบบตั้งต้น	ผลการพิจารณา
X^2	Chi-Square /df = < 3	$X^2 = 0.00$, df = 1	ไม่ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	-0.11	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.05	0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMR	≤ 0.05	0.020	ผ่านเกณฑ์

จากภาพที่ 4.1 และ ตารางที่ 4.6 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานตั้งต้นที่ 1 ไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยจึงปรับปรุงตัวแบบจำลองโดยการปรับตัวแบบ (Model Modification) ซึ่งอาศัยค่าดัชนีตัวแบบ (Model Modification Indices) และคำนึงถึงเหตุผลเชิงทฤษฎี ทำการทดสอบสมมติฐานอีกครั้งดังแสดงในแผนภาพที่ 4.2



Chi-Square=99.04, df=56, P-value=0.00035, RMSEA=0.050

ภาพที่ 4.2 รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ตัวแบบสุดท้าย

จากแผนภาพที่ 4.2 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสุดท้ายของการวิจัยมีความกลมกลืนของตัวแบบหลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงตัวแบบแล้ว เพื่อให้ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแบบจำลองใช้ค่าดัชนีต่างๆ รวมทั้งดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบอยู่ตามเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสมมติฐานของการวิจัย ดังสรุปแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7

ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบสุดท้ายของการวิจัย

ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าตัวแบบสุดท้าย ของการวิจัย	ผลการพิจารณา
X^2	Chi-Square /df = < 3	$X^2 = 0.00$, df = 0	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.90	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.05	0.050	ผ่านเกณฑ์
RMR	≤ 0.05	0.029	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบพบว่า โมเดลความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค - สแควร์ (X^2) มีค่าเท่ากับ 0.00 ที่องศาอิสระ (df) 0 มีค่าความน่าจะเป็น (p-value of X^2) เท่ากับ 0.00 นั่นคือค่าไค - สแควร์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับเกณฑ์ซึ่งกำหนดไว้ว่าค่าไค - สแควร์ (X^2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ไม่แตกต่างกัน หรือรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีอัตราส่วนไค - สแควร์ สัมพัทธ์ (Chi-square / df) มีค่าเท่ากับ 0.00 อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือ น้อยกว่า 3.00 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.98 และ 0.90 ตามลำดับ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ มากกว่า 0.90 ดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) เท่ากับ 0.029 และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.050 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ น้อยกว่า 0.05 แสดงว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐานการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สรุปได้ว่า แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างการพัฒนาความรู้

ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ผลทางตรง ทางอ้อมและโดยรวมดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8

แสดงผลโดยตรง (DE) ผลโดยอ้อม (IE) และผลโดยรวม (TE) และค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) ของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของ ธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ในแบบจำลองที่ปรับปรุงใหม่

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์ภายในแบบจำลองที่ปรับปรุงใหม่	
		KM	PAR
ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้	DE	0.20	-0.05
	IE	-0.02	-
	TE	0.18	-0.05
ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้	DE	-	-
	IE	-	-
	TE	0.34	-
R^2		0.53	0.47

จากตารางที่ 4.8 พบว่า การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้รับผลโดยรวมสูงสุดมาจาก ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ (X10) เท่ากับ 0.34 รองลงมา ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ (X4) เท่ากับ 0.18 โดยตัวแปรเชิงสาเหตุทั้ง 2 ตัว ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้ร้อยละ 16 ($R^2 = 0.53$)

ตอนที่ 3 ผลการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

1. ผลการตรวจสอบโครงสร้างชุดฝึกกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยยึดหลักการของการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ และการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ซึ่งเป็นผลการวิจัยในระยะที่ 1 มาเป็นกรอบในการสร้างรูปแบบ ระดมความคิดเห็นและวิพากษ์รูปแบบ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเหมาะสมโครงสร้างชุดฝึกกิจกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์และแปลผลโดยใช้เกณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, น. 193-194)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 ผลการตรวจความเหมาะสมของโครงสร้างชุดฝึกกิจกรรมโดยผู้เชี่ยวชาญ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของโครงสร้างชุดฝึกกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ ที่	กิจกรรม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			\bar{X}	S.D.	แปลผล
		1	2	3			
		1.	กิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง	5			
2.	กิจกรรมการระดมสมอง	4	5	4	4.33	.58	เห็นด้วย
3.	กิจกรรมการพัฒนาอารมณ์	4	4	4	4.00	.00	เห็นด้วย
4.	กิจกรรมการพัฒนาการพูด	5	5	5	5.00	.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5.	กิจกรรมการศึกษาดูงาน	5	5	5	5.00	.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 3 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 5.00 ประกอบด้วยกิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง กิจกรรมการพัฒนาการพูด และกิจกรรมการศึกษาดูงาน เห็นด้วยจำนวน 2 กิจกรรม มีค่าเฉลี่ย ระหว่าง 4.00 ถึง 4.33 ประกอบด้วย กิจกรรมการระดมสมอง และกิจกรรมการพัฒนาอารมณ์

2. รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกิจกรรมการจัดการความรู้ ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 2 ด้าน มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ชุดกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้

เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในการกระทำกิจกรรม เช่น เป็นผู้มียุทธศาสตร์สำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นขั้นพื้นฐานเป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความจำเป็นขั้นพื้นฐานเป็นผู้มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและบริการให้

สมบูรณ์และสุดท้ายเป็นผู้ได้รับความพึงพอใจ และเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป การมีส่วนร่วมที่เป็นแนวคิดที่เป็นระบบมากที่สุด มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในขั้นการริเริ่มการพัฒนาซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นพบปัญหาและหาสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนตลอดจนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของชุมชนและมีส่วนร่วมในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย

ขั้นตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผนในการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการและแนวทางการดำเนินงานตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่ใช้

ขั้นตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ในการสนับสนุนทรัพยากรด้านการเงินวัสดุอุปกรณ์แรงงานหรือเข้าร่วมบริหารประสานงานและขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก

ขั้นตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในขั้นการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ที่พึงได้รับจากการพัฒนาหรือประโยชน์อันเกิดจากการพัฒนาทั้งทางด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ขั้นตอนที่ 5 การมีส่วนร่วมในขั้นการประเมินผลการพัฒนาเป็นขั้นตอนที่ประชาชนเข้าร่วมประเมินว่าการพัฒนาที่ได้กระทำไปนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เพียงใด

หลักการและเหตุผล แนวทางการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเป็นการพัฒนาอีกรูปแบบหนึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการในกิจกรรมและการบริหารในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา การคิดแก้ไขปัญหาวางแผนตัดสินใจระดมทรัพยากรบริหารจัดการและติดตามประเมินผลซึ่งในการมีส่วนร่วมดำเนินการนั้น เพื่อให้เกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่อชุมชน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มทักษะการมีส่วนร่วมให้กับสมาชิกก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และทราบถึงประโยชน์ ข้อจำกัดและอุปสรรคของการบริหารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด การมีส่วนร่วมเป็นความจำเป็นอันดับต้นๆ ของการพัฒนาบุคคลและองค์กร ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชน และเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม

วันเวลาดำเนินการ วันที่ 15 - 17 ธันวาคม 2560 เวลา 08.30 - 17.00 น.

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการระดมสมอง

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาการพูด

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการศึกษาดูงาน

การวัดและประเมินผล สังเกตความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม

2.2 ชุดกิจกรรมด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้

การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ (Knowledge Analysis and data Mining) ในการวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้และจัดระบบข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน และจัดระบบข้อมูลเป็นเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลการวางโครงสร้างของข้อมูลหรือความรู้ทำให้ความรู้ในคลัง ให้มีความถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องนอกองค์กร สามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกเวลาทุกโอกาสตามสิทธิการเข้าถึง (access right) ที่กำหนด ในส่วนของการจัดระบบข้อมูล เป็นลักษณะของการเข้าถึงสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการเพื่อนำมา ประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจึงควรทำให้สมาชิกทราบถึงช่องทาง หรือวิธีการ ที่จัดไว้อย่างเป็นระบบสำหรับการค้นหาความรู้ต่างๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ การทำสมุดหน้าเหลือง ขององค์กร หรือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น เครือข่ายการทำงาน ตามระดับชั้นการประชุมการฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่จะนำไปสู่การถ่ายโอน ความรู้ในองค์กร โดยสรุปการวิเคราะห์กลั่นกรองความรู้ และจัดระบบข้อมูล หมายถึง เป็นเทคนิคสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่จะนำมาสานต่อการวางโครงสร้างของข้อมูล หรือความรู้ทำให้ความรู้ในคลังให้มีความถูกต้องเป็นปัจจุบันเพื่อให้บุคลากรในองค์กรรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กรสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ทุกเวลา ทุกโอกาส ตามสิทธิการเข้าถึงที่กำหนด

หลักการและเหตุผล การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ มุ่งที่คน กลุ่มคน การแลกเปลี่ยนความรู้หรือการแบ่งปันความรู้ต้องไม่ใช่เทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวแต่ต้องมีการใช้คนด้วย เช่น การประชุม อบรม สัมมนา การสร้างเครือข่าย การประชุมทางไกล การแลกเปลี่ยน ความรู้ หรือการแบ่งปันความรู้ไม่ใช่เป็นเรื่องของธรรมชาติ แต่ต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนและต้องใช้เวลาอีกทั้งยังสามารถช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้ ช่วยเพิ่มพูนความสามารถ และทักษะของบุคลากรด้วย การถ่ายโอนความรู้ (knowledge transfer) ครอบคลุมถึงประเด็นการสื่อสาร ความรู้ไปยังผู้อื่นอย่างเข้าใจตรงกัน

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ และเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์และการสกัดความรู้

วันเวลาดำเนินการ วันที่ 15 - 17 ธันวาคม 2560 เวลา 08.30 - 17.00 น.

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาอารมณ์

การวัดและประเมินผล สังเกตความร่วมมือ และผลที่ได้รับจากสมาชิกในกลุ่ม ภายหลังการทำกิจกรรม

ตอนที่ 4 ผลทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรก่อนและหลังการทดลองใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ของกลุ่มทดลองดังนี้

ตารางที่ 4.10

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ ของสมาชิกกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก

	N	\bar{X}	S.D.	Z	Sig
ก่อนทดลอง	35	1.82	0.63	- 3.412	.001*
หลังทดลอง	35	4.03	0.27		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.10 สรุปได้ว่าคะแนนเฉลี่ยความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ หลังการอบรมแตกต่างจากคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ ก่อนเข้ารับการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเห็นได้ว่าการอบรมทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ ของสมาชิกกลุ่มจักสานเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.11

ผลการทดสอบสมมติฐานการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ของสมาชิกกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก

	N	\bar{X}	S.D.	Z	Sig
ก่อนทดลอง	35	2.01	0.30	- 3.300	.001*
หลังทดลอง	35	3.45	0.25		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.11 สรุปได้ว่าคะแนนเฉลี่ยความรู้ของผู้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ หลังการอบรมแตกต่างจากคะแนนเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ก่อนเข้ารับการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเห็นได้ว่าการอบรมทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.12

ผลการทดสอบสมมุติฐานการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

	N	\bar{X}	S.D.	Z	Sig
ก่อนทดลอง	35	2.09	0.35	- 3.414	.001*
หลังทดลอง	35	2.98	0.24		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.12 สรุปได้ว่าคะแนนเฉลี่ยผลการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด หลังการทดลองแตกต่างจากคะแนนเฉลี่ยก่อนทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเห็นได้ว่าการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.13

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ประเด็นการประเมิน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดการความรู้มีความเหมาะสม	3.73	0.53	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการทำกิจกรรมเพียงพอ	3.60	0.57	มาก
3. ผู้นำให้ความสำคัญในการการสร้างระบบการจัดการภายในกลุ่ม	3.68	0.63	มาก
4. สมาชิกมีความต้องการที่จะเป็นผู้ร่วมในการจัดการความรู้ของกลุ่ม	3.71	0.54	มาก
5. มีการเรียนรู้ภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง	3.82	0.64	มาก
6. มีระบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	3.77	0.59	มาก
7. ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	3.64	0.71	มาก
8. มีการกระจายความรู้ใหม่ๆ ผ่านการประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่ม	3.82	0.64	มาก
9. สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน	3.93	0.86	มาก
10. สมาชิกภายในกลุ่มให้ความร่วมมือในการดำเนินการจัดการความรู้	4.08	0.73	มาก
รวม	3.77	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.13 สรุปได้ว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ หมายความว่า รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถที่จะนำไปใช้พัฒนาสมาชิกในกลุ่มให้ได้รับความรู้ นำไปสู่การปฏิบัติ และสามารถพัฒนาธุรกิจชุมชนได้

โดยสรุป ตัวแปรที่มีผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่เป็นตัวแปรพยากรณ์ เมื่อนำเข้าสมการโครงสร้างเพื่อตรวจสอบความตรงของตัวแบบจำลองสมมติฐาน ซึ่งได้มีการปรับค่าสถิติให้เป็นไปตามเกณฑ์ดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบสุดท้าย พบว่ามีตัวแปรพยากรณ์ 2 ตัว ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ตัวแปรด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้ และตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นผลการวิจัยระยะที่ 1 และผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาทำการสร้างรูปแบบพัฒนา โดยผู้วิจัยเองร่วมกับการนำเสนอในที่ประชุมปฏิบัติการกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และรับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 5 กิจกรรม ซึ่งเป็นผลการวิจัยระยะที่ 2 แล้วต่อจากนั้นผู้วิจัยได้นำมาเป็นรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ไปทดลองในการดำเนินงานตามรูปแบบที่ได้และกำหนดให้มีการประเมินผลก่อนและหลังการดำเนินงานรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าหลังการทดลองดีขึ้นกว่าก่อนทดลอง อันนำมาซึ่งผลการวิจัยระยะที่ 3

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ดำเนินการวิจัย ทั้งรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Methodology) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดจากการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนที่ไม่เหมาะสมซึ่งได้มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผล
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

ผลการวิจัยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สรุปได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (ค่า β) จากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.341 และปัจจัยด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.198 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5.1.2 ผลการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

5.1.2.1 รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้มี 3 กิจกรรม คือ

- กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการระดมสมอง
- กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาการพูด
- กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการศึกษาดูงาน

5.1.2.2 รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ มี 2 กิจกรรม คือ

- กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมการวิเคราะห์ตนเอง
- กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมการพัฒนาอารมณ์

5.1.3 ผลการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

ผลการประเมินทดลองการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 35 คน โดยการเปรียบเทียบก่อนการอบรมและหลังการอบรม พบว่า การจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลที่ได้หลังจากการอบรมสูงกว่า ผลก่อนการอบรม ซึ่งหมายความว่า ผลของการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่า หลังจาก สมาชิกกลุ่มจักสานเส้นพลาสติก ตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ได้นำรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปทดลองใช้แล้วทำให้การจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนดีขึ้น

5.2 อภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานการวิจัยว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด มี 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ประกอบไปด้วย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การวิเคราะห์และการสกัดความรู้ การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ และการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง 2) ปัจจัยด้านการสร้างความรู้ ประกอบไปด้วย การสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน การสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน การสร้างความรู้โดยการรวบรวม และการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด คือ ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.341 และปัจจัยด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.198 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ตามการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วย การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL) และสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของมานิช ศัพทนะวานิน (2547) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาระดับและขั้นตอนการมีส่วนร่วม ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มี

ความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยเศรษฐกิจ ปัจจัยสังคมและปัจจัยสภาพแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนเพศหญิงอายุ 20- 70 ปี ที่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ซึ่งอยู่ในบ้านโพธิ์ตาก หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 หมู่ที่ 3 ตำบลโพธิ์ตาก กิ่งอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย ในช่วงปี พ.ศ. 2546 จำนวน 118 คน โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 1-30 กันยายน 2546 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และอธิบายความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุง และพัฒนาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square) ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ ผลการวิเคราะห์ ระดับ และขั้นตอนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตากส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 60.2 รองลงมา คือ ระดับสูง ร้อยละ 20.3 และระดับต่ำ ร้อยละ 19.5 และเมื่อวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก มีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมในแต่ละขั้นตอนพบว่า สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก มีส่วนร่วมในระดับสูงที่สุดในขั้นตอนการติดตามประเมินผล ร้อยละ 21.2 ในทางตรงกันข้าม มีส่วนร่วมในระดับต่ำที่สุดในขั้นตอนการลงทุน ร้อยละ 33.9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลตอบแทนจากกลุ่ม ปัจจัยสังคมสังคม ได้แก่ ตำแหน่งในชุมชน ตำแหน่งในกลุ่ม การได้รับการฝึกอบรม/การศึกษาดูงาน มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทางตรงกันข้าม พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ปัจจัยครอบครัว ได้แก่ อายุของคู่สมรส อาชีพของคู่สมรส ระดับการศึกษาของคู่สมรส บุคคลที่เป็นนภาระพียงพียง ปัจจัยเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ รายได้ของคู่สมรส จำนวนหุ้น จำนวนเงินออม ภาระหนี้สิน ปัจจัยสังคม ได้แก่ การเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมอื่น ระยะเวลาการเข้าร่วมกลุ่ม การได้รับการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชน การได้รับข้อมูลข่าวสาร การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชน สภาพแวดล้อมในที่ทำการของธุรกิจชุมชน ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของ

สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน ที่สำคัญที่สุดในด้านต่าง ๆ พบว่า การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผนและตัดสินใจ ควรจัดประชุมเพื่อแจ้งปัญหาแก่สมาชิก ร้อยละ 89.8 เพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกร่วมกัน และจัดแบ่งหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละบุคคล ร้อยละ 55.0 และเพื่อแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 83.0 ตามลำดับ ส่วนการมีส่วนร่วมในการลงทุน พบว่า ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกถือหุ้นตามความสมัครใจ ร้อยละ 88.9 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรม พบว่า ควรจัดแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมกับความสามารถของแต่ละคน และให้มีหน้าที่รับผิดชอบทุกคน ร้อยละ 66.7 การมีส่วนร่วมรับประโยชน์ พบว่าควรให้ค่าตอบแทนตามปริมาณงานที่ทำนอกเหนือจากเงินปันผลจากค่าหุ้น ร้อยละ 93.2 รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล พบว่า ควรแจ้งผลการดำเนินงานให้สมาชิกได้รับรู้ อย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 72.2 และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริวรรณ ผอบแก้ว (2551) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี และ 2) เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทแต่ละกลุ่ม ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 280 คน ได้มาจากกลุ่มสตรีชนบท ตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ดังนี้ กลุ่มแม่บ้านเกษตรตำบลยางราก กลุ่มสตรีอาสาพัฒนาตำบลยางราก และกลุ่มออมทรัพย์แม่บ้านตำบลยางราก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 สอบถามระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ได้แก่ ด้านการสำรวจปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปคำนวณความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีพีชเชอร์ ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า 1. การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดจนถึงค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการรับผลประโยชน์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการสำรวจปัญหา ด้านการวางแผน และด้านการประเมินผล 2. การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบทในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของกลุ่ม ในด้านต่างๆ ได้แก่ การสำรวจปัญหา การวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์และการประเมินผล โดย

ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาด้านอายุ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด อาจเป็นเพราะว่า การมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการความรู้ เนื่องจากการถ่ายทอดความรู้ หรือแม้กระทั่งการส่งต่อองค์ความรู้ต่างๆ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจะทำให้สมาชิกในกลุ่มเห็นถึงความสำคัญที่จะอนุรักษ์ และต่อยอดองค์ความรู้ดั้งเดิมที่มีอยู่ นำไปพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ทำให้สมาชิกในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพัน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ยังเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ๆ จากสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนและยังเป็นการนำความรู้และแนวคิดใหม่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ อันเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปได้ รวมไปถึงการทำการตลาดแบบใหม่อันจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนได้ นอกจากนี้ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ยังแสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความรู้ของสมาชิกกลุ่มอันจะเป็นผลให้กลุ่มธุรกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

5.2.2 ปัจจัยด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัย พาบุ. (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จ 2) วิเคราะห์ปัจจัยในการจัดการความรู้ที่ส่งผลให้สุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จ และ 3) สังเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสนทนากลุ่มสมาชิก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยนำผลการศึกษาที่ได้จากระยะที่ 1 มาสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ที่ควรจะเป็น บนพื้นฐานของทฤษฎีการจัดการความรู้ตามกรอบวิจัย และในระยะที่ 3 การยืนยันรูปแบบการจัดการความรู้โดยการอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ หน่วยงานที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน (ศูนย์วัฒนธรรมผู้ไทย) จังหวัดกาฬสินธุ์ 2) กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ 3) กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่กดอกลายลูกแก้ว รวมพลังพัฒนา จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 18 คน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 21 คน และสมาชิกจำนวน 65 คน ได้มาจากการกำหนดโควตา และสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากกลุ่มสมาชิกทั้งหมด 1,015 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิได้จากการเลือกแบบ

เจาะจง จำนวน 10 คนซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จในกระบวนการจัดการธุรกิจเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีเป้าหมายเดียวกัน มีความต้องการเหมือนกันมีได้ดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรเหมือนการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ แต่เป็นธุรกิจของชุมชน สร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ภายใต้วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชน ผสมผสานกับความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า การจัดการความรู้ในกระบวนการจัดการธุรกิจจึงไม่ได้ยึดหลักการแบบเดียวกับการจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้ดำเนินการอย่างชัดเจนในทุกขั้นตอน เมื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจตามกรอบการวิจัยแล้ว สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจแต่ละขั้นตอนไม่แตกต่างกันทุกขั้นตอน มีการดำเนินงานคล้ายกัน แต่ละกระบวนการมีการดำเนินงานแบบไม่เป็นเส้นตรง ไม่มีรูปแบบ ไม่มีลำดับขั้น เนื่องจากความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่เป็นความรู้โดยนัย (Tacit Knowledge) ที่ฝังอยู่ในตัวคนเป็นทักษะ (Skill) ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสม เรียนรู้มาจากคนในครอบครัวและเครือข่าย การถ่ายโอนความรู้ที่เป็นทักษะไปสู่ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) จึงมีอยู่น้อยส่วนมากจะเป็นการทำซ้ำ (Reproduction) ฉะนั้น ขั้นตอนการจัดการความรู้อาจจะก้าวกระโดด และสามารถสรุปจัดกลุ่มการจัดการความรู้ออกเป็น 3 กลุ่มคือ 1) การกำหนดความรู้ การสร้างความรู้ และการจัดหาความรู้ ในกระบวนการนี้ ความรู้มาจากวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน อาศัยกระบวนการทางสังคม กระบวนการกลุ่ม กระบวนการมีส่วนร่วม ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการและกิจกรรมที่ใช้ส่วนใหญ่เป็น การเล่าเรื่อง บอกต่อ สาธิต และฝึกปฏิบัติ และความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนมาให้ความรู้เพิ่มเติม 2) การจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการใช้ความรู้ ในกระบวนการนี้ ความรู้ที่จัดเก็บจะเป็นความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชน เป็นทักษะที่ถูกถ่ายทอดสั่งสมมาจากครอบครัวและเครือข่าย ฝังลึกในตัวคน การจัดเก็บในรูปของความรู้ชัดเจน เช่น เอกสารประกอบการฝึกอบรม เอกสารรายงานการศึกษาวิจัยของบุคคลภายนอก เอกสารมาตรฐาน และเอกสารเผยแพร่ มีการเผยแพร่ความรู้โดยอาศัยกระบวนการทางสังคม กระบวนการกลุ่ม กระบวนการมีส่วนร่วม ด้วยการเล่าเรื่อง บอกต่อ ฝึกอบรม สาธิต ทดลองปฏิบัติ การศึกษาดูงาน การร่วมสินค้าและจัดจำหน่าย และ 3) การวัดผลการจัดการความรู้ ดำเนินการในทุกขั้นตอนการผลิตโดยอาศัยเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของลูกค้า การสั่งซื้อซ้ำ ตรวจสอบจากบัญชีรายรับรายจ่าย บัญชีลูกค้า บัญชีการสั่งซื้อ สมุดบันทึก และรายงานการประชุม 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ (1.1) ภาวะผู้นำ ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ สมาชิกเชื่อถือ ศรัทธา ให้ความเคารพเชื่อฟัง สามารถบริหารจัดการและนำกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ (1.2) คน กลุ่มมีสมาชิก

ที่มีจุดมุ่งหมายเดียวกันมีความต้องการเหมือนกัน มีความรักความสามัคคี มีความมุ่งมั่นเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในการรักษาวัฒนธรรมภูมิปัญญา และพัฒนาความรู้สมัยใหม่ให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นสามารถสร้างงานสร้างอาชีพและรายได้อย่างยั่งยืน (1.3) วัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นสร้างความภาคภูมิใจให้สมาชิกมีความเชื่อและศรัทธาผู้นำ มีความไวเนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน พัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ต้องการของลูกค้า และ (1.4) ภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักของลูกค้า และ (2) ปัจจัยรอง ได้แก่ (2.1) ความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้กลับมาซื้อสินค้าอีก การจัดการประสบการณ์ลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าให้เห็นคุณค่าของสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการเรียนรู้จากลูกค้าแล้วนำไปสู่การพัฒนาการผลิต และการตลาด และ (2.2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งอินเทอร์เน็ต การสร้างเว็บไซต์ การดำเนินงานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ การตลาดและการกระจายสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญพิชญ วัฒนชัย (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการจัดการความรู้ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก และเพื่อประเมินรูปแบบการจัดการองค์ความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก ซึ่งมีการกำหนดกรอบแนวคิดการจัดการความรู้ 4 กระบวนการของ Marquardt ได้แก่ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและสืบค้นความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการค้นหาสภาพและปัญหาในการจัดการความรู้ โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 26 ท่าน จากนั้นสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 7 ท่าน และทำการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ โดยการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง บริษัท วัฒนชัย เซฟตี้กลาส จำกัด มีการประเมินผลการทดลอง 2 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ และด้านความพึงพอใจ โดยใช้แบบแผนการวิจัยกลุ่มเดียววัดความเข้าใจรูปแบบการจัดการความรู้ก่อนและหลังการทดลอง ผลการวิจัย พบว่าผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจกมีความเข้าใจในกระบวนการจัดการความรู้และความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการความรู้มากขึ้นหลังทำการทดลอง

ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการวิเคราะห์และสกัดความรู้ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด อาจเป็นเพราะว่าการวิเคราะห์และสกัดความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้นมีความสำคัญมากต่อการพัฒนาการของกลุ่มธุรกิจชุมชน ทั้งนี้เพราะว่า การวิเคราะห์และสกัดความรู้เป็นการนำความรู้ของสมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนออกมา เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชนแบบใหม่ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การตลาดแบบใหม่ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นการวิเคราะห์และสกัดความรู้ยังทำให้กลุ่ม

ธุรกิจชุมชนสามารถวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มได้ และสามารถวิเคราะห์ถึงต้นทุนทางปัญญาและ วัตถุประสงค์ของกลุ่มได้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจชุมชนต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยขอเสนอ แนวคิดเพื่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด สามารถทำให้ ชุมชนเกิดความร่วมมือกันภายในชุมชนได้ เพราะมีรูปแบบที่ชัดเจน สามารถนำไปทดลองใช้กับกลุ่ม ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้

5.3.1.2 รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนที่ได้จากการทำวิจัยนั้น ประเด็นอยู่ ที่เงื่อนไขเวลา สภาพแวดล้อมต่าง ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการนำไปใช้จะต้องมีการประยุกต์ เพื่อให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ ที่แตกต่างกันไป

5.3.1.3 ประชาชนที่เป็นสมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ มีการทำงานเป็น ทีม โดยเน้นการมีส่วนร่วมภายในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดมิติในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรทำการศึกษาในประเด็นเรื่องการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในกลุ่ม อื่นๆ

5.3.2.2 ควรศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ ในแนวทางอื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป เช่น การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ เทคนิควิธีการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการจัดการความรู้ที่ยั่งยืน

5.3.2.3 ควรศึกษากลไกการสร้างความรู้ที่มีระบบแบบแผนและมีความชัดเจน เพื่อ ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไป

5.3.2.4 ควรศึกษาการรับรู้ของประชาชนในชุมชนต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจ ชุมชน

บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน, สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน. (2553). *การขับเคลื่อนกระบวนการ
แผนชุมชน*. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ สำนักงานมาตรฐานการศึกษา. (2545).
ชุดวิชาการจัดการและการวางแผนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ศรีสยามพริ้นท์แอนด์แพคค์.
- กานต์สุดา มาฆะศิริรานนท์. (2546). *การนำเสนอระบบการจัดการความรู้สำหรับองค์กร
ภาคเอกชน*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิติพงษ์อินแก้ว. (2549). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วน
ตำบล : กรณีองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่งในเขตอำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง.
(ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม)*. กรุงเทพฯ : สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กฤษฏีกา สงวนศักดิ์ศิริ. (2554). *รูปแบบการจัดการความรู้ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2545). *การคิดเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซัคเซส มีเดีย.
- ชาญพิชญ์ วัฒนชัย. (2554). *การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ในธุรกิจอุตสาหกรรมกระจก.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชุติกานุจน์ ศรีวิบูลย์. (2554). *หลักบริหารพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬา.
ชูชาติ พ่วงสมจิตร. (2540). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วม
ร่วมของชุมชนกับโรงเรียนประถมศึกษาในเขตปริมณฑลกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). *ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้*. กรุงเทพฯ : สำนักงานงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ. (2554). *การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน บนแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด
เชียงใหม่*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ทวิทอง หงส์วิวัฒน์. (2537). *การมีส่วนร่วมของชุมชนนโยบายและกลวิธี*. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภะ.

- ทศพล กฤตยพิสิฐ. (2538). การมีส่วนร่วมของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เขตหนองจอกที่มีต่อโครงการ/กิจกรรมการพัฒนาตามแนวทาง “บรม” และ “บวร” เพื่อสร้างสรรค์อุดมการณ์แผ่นดินธรรมแผ่นดินทองหนองจอก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย พานู. (2552). รูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนาวิทย์ บัวฝ้าย. (2557). ธุรกิจชุมชน: แนวทางในการพัฒนาชุมชน. สืบค้นจาก <http://www.hu.ac.th/academic/article/Mk/business>.
- ธิดา จุลินทร. (2549). กระบวนการและปัจจัยความสำเร็จของการจัดการความรู้ในองค์กร. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ ชัยพัฒนาพงศา. (2547). การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิค และกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญญฤทธิ์ เคนถวาย. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งน้ำขนาดเล็ก : กรณีศึกษาแหล่งน้ำขนาดเล็กของกรมโยธาธิการ จังหวัดมหาสารคาม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม : สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.
- บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2547). การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่ม ผลิตแห่งชาติ.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. (2548). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. นครปฐม:มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปณิตา พันภัย. (2544). การบริหารความรู้ (Knowledge management): แนวคิดและ กรณีศึกษา, สืบค้นจาก <http://www.agri.kmitl.ac.th>.
- ประเวส ะสี. (2545). การจัดการความรู้. เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อยกร่างโครงการนำร่องการจัดการความรู้ 27 กรกฎาคม 2545. กาญจนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. (2542). เอกสารประกอบการศึกษาวิชา สค.651 :ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชนสาขาพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ : คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พจนนา สวนศรี. (2542). *การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยชุมชน*. (เอกสารประกอบการบรรยายหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2548). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). *การจัดการความรู้: พื้นฐานและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- พรพิมล หารษาภิรมย์โชค. (2550). *การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้สำหรับหน่วยงานภาครัฐ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. (2549). *Balanced scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภูวไนย บุญวรรณ. (2552). *รูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยงานด้านงบประมาณของกองทัพอากาศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มงคล ต่านธานีรินทร์. (2545). *เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองเชิงระบบ: หลักการและแนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มานิช ศัพทนะวิน. (2547). *การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรโพธิ์ตาก ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชน กิ่งอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย ในเขตโครงการพัฒนาลุ่มน้ำห้วยทอนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). เลย : สถาบันราชภัฏเลย.
- เมตต์ การรุณจิต. (2541). *การมีส่วนร่วมในการบริหารโรงเรียนของคณะกรรมการศึกษาประจำโรงเรียนเทศบาลในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยงยุทธเกษสาคร. (2546). *การวางแผนและนโยบายทางด้านทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : วี เจพรีนติ้ง.
- เยาวลักษณ์ สงวนพานิช. (2552). *การพัฒนาแบบการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาด้านบริการพยาบาลในโรงพยาบาลนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยคริสเตียน.

- วิจารณ์ พานิช. (2548). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.
- วิจารณ์ พานิช. (2545). *ยุทธศาสตร์การจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาสังคม.
- วิราภรณ์ บุญเพชร. (2557). *รูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนในกรุงเทพมหานคร*. (ปรัชญา ดุษฎีบัณฑิต การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิลาวัลย์ มาคุ้ม. (2549). *การพัฒนาตัวบ่งชี้การจัดการความรู้ของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีรฤดี มาฆะสิรานนท์. (2549). *องค์กรเรียนรู้สู่องค์กรอัจฉริยะ*. กรุงเทพฯ : เอ็กสเปอร์เน็ท.
- วีระวัฒน์ ปันนิตามัย. (2545). *การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอ็กสเปอร์เน็ท.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2548). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2547). *การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์กับลูกค้า*. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- สมชาย สนั่นเมือง. (2541). *ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : จุลสารการท่องเที่ยว.
- สมหมาย สาดทรัพย์. (2542). *ความเข้มแข็งของชุมชนตามแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงของชาวพุทธ : กรณีศึกษา ชุมชนศิระชะโศก อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมาน อัครภูมิ. (2549). *การบริหารการศึกษาสมัยใหม่ : แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ*. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด กรมส่งเสริมการเกษตร. (2554). *รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดร้อยเอ็ดสำนักงานเกษตรจังหวัดร้อยเอ็ด กรมส่งเสริมการเกษตร พ.ศ. 2554*. ร้อยเอ็ด : ผู้แต่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11*, สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*, สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>
- สิริวรรณ ผอบแก้ว. (2551). *การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีชนบท ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของตำบลยางราก อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สุทภาพร จันทรมณี. (2552). *การพัฒนาารูปแบบการจัดการความรู้ของโรงเรียนพระมารดานิจจานุเคราะห์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสนห์ จุ้ยโต. (2550). *การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เสนาะ กลิ่นงาม. (2551). *การพัฒนาารูปแบบการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภญ์ความรู้กินได้. (2553). *การจัดการความรู้ (KM) คืออะไร? จำเป็นแค่ไหนต้องใช้ KM? "ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการทำ KM"*. สืบค้นจาก <http://kmlite.wordpress.com/2010/06/18/v3i3-06/>
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D. พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา : ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*.
- อรทัย กักผล. (2552). *คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับนักบริหารท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ : จริยสุนิทวงศ์การพิมพ์.
- อุทิส ศิริวรรณ, พะยอม วงศ์สารศรี, ปัญญา จินตธีรชัย, โลมดาว ภูงคกุล, อภิชัย พันธเสน, พิษิต สุขเจริญพงษ์ และคนอื่นๆ. (2545). *การจัดการธุรกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ, สำนักงานมาตรฐานอุดมศึกษา.
- Beaulieu, A. (2001). *Managing knowledge. A Review of the Current Literature*, 2(3), 173-193.
- Beesley, L., and Cooper, C. (2008). *Defining knowledge management (KM) activities : Towards consensus: Journal of Knowledge Management*.
- Coakes, E., Amar, A. D., and Granados, L. M. L. (2010). *Knowledge Management, strategy and technology. A global snapshot: Journal of Enterprise Information Management*.


- Davenport, T. H., and Prusak, P. (2000). *Working knowledge: how organizations manage what they know*. Boston : President and Fellows of Harvard College.
- Davenport, Thomas H; de Long, D.W.; and Beers, M.C. (1998). *Successful Knowledge Management Project*. Sloan Management Review.
- Demarest, M. (1997). *Understanding knowledge management*. Journal of Long Range Planning.
- Eisner, E. (1976). *Educational connoisseurship and criticism: Their form and functions in educational evaluation*. Journal of Aesthetic Education.
- Halawi, L. A., Aronson, J. E., and McCarthy, R. V. (2005). *Resource-based view of knowledge management for competitive advantage*. The Electronic Journal of Knowledge Management.
- Heffner, M. (2006). Knowledge management for technological innovation in organizations: The fusion process for creating intellectual capital. *Journal of Knowledge Management*.
- Keeves, J. P. (1998). *Educational research, methodology and measurement: An international handbook*. Oxford : England Pergamon.
- Koskinen, K. U. (2003). *Evaluation of tacit knowledge utilization in work units*. *Journal of Knowledge Management*.
- Kucza, T. (2001). *Knowledge management process model*. (Retrieved April 25, 2012). Retrieved from <http://www.inf.vtt.fi/pdf/publication/2001/p.455.pdf>.
- Likert, R. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale", Reading in Attitude Theory and Measurement. New York : Wiley & Son.
- Marquardt, M. J. (2002). *Building the Learning Organization : A Systems Approach to Quantum Improvement and Global Success*. New York : McGraw-Hill.
- Marquardt, M. J. (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning*. Palo Alto:CA: Davies-Black.
- Natarajan, G., and Shekhar, S. (2000). *Knowledge management: Enabling business growth*. New York : McGraw-Hill.

- Nonaka, I., and Takeuchi, H. (1995). *The knowledge spiral 5*. Retrieved from <http://www.nwlink.com~donclark/historyknowledge/nonaka.html>.
- Raj, Madhu. (1996). *Encyclopedic Dictionary of Psychology and Education*. New Dehi: Anmol Publications PVT.
- Rhodes, J., Richard, H., Peter, L., Bella, Y., Hui, L., and Chi-Min, W. (2008). *Factors influencing organizational knowledge transfer: Implication for corporate performance*. *Journal of Knowledge Management*.
- Schermerhorn, J. R., Jr. (2002). *Management* (7th ed.). New York : Wiley.
- Steiner, E. (1990). *Edocology*. Bloomington, IN : Indiana University.
- Sveiby, K. E. (2003). *What is knowledge management?*. Retrieved from <http://www.sveiby.com.au/KnowledgeManagement.html>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics an Introductory Analysis*. (3rd Ed). New York : Harper & Row, Publishers, Inc.
- Wiig, K. M. (2005). *Knowledge management has many facets*. (Retrieved from http://www.krii.com/downloads/Four_KM_Facets.pdf. <http://www.thaitambon.com>).

ภาคผนวก



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึก / ความคิดเห็นของท่าน

- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ด้านการแสวงหาความรู้					
1.1 มีการประชุมในการกำหนดแนวทางการแสวงหาความรู้ร่วมกัน					
1.2 มีการแสวงหาความรู้ภายในชุมชนของตนเอง					
1.3 มีการแสวงหาความรู้ภายนอกชุมชนของตนเอง					
1.4 มีวิธีในการแสวงหาความรู้					
1.5 มีการประเมินผลของการแสวงหาความรู้					
1.6 มีวัฒนธรรมในการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง					
2. ด้านการสร้างความรู้					
2.1 มีการจัดตั้งกลุ่มที่จะจัดการความรู้					
2.2 มีการจัดลำดับความรู้ที่สร้างขึ้น					
2.3 มีการสร้างความรู้ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนของท่าน					
2.4 มีเทคโนโลยีในการใช้สร้างความรู้เพียงพอ					
2.5 ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการสร้างความรู้					
2.6 วัฒนธรรมในชุมชนมีส่วนสำคัญในการสร้างความรู้ของธุรกิจชุมชน					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ด้านการจัดเก็บความรู้					
3.1 มีการจัดหมวดหมู่ของความรู้อย่างชัดเจน					
3.2 มีการจัดระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล					
3.3 มีบุคคลที่รับผิดชอบในด้านการจัดเก็บความรู้อย่างชัดเจน					
3.4 มีสถานที่ชัดเจนในการเก็บความรู้					
3.5 ข้อมูลความรู้ที่จัดเก็บต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ					
3.6 สามารถนำความรู้ออกมาใช้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว					
4. ด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้					
4.1 มีการจัดตั้งกลุ่มที่จะรับผิดชอบการวิเคราะห์และสกัดความรู้					
4.2 มีการประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ					
4.3 มีการคัดกรองความรู้ที่มีอยู่					
4.4 มีการวางแผนด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้					
4.5 ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์และการวิเคราะห์และสกัดความรู้					
4.6 มีระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และสกัดความรู้					
5. ด้านการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้					
5.1 มีการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ในชุมชน					
5.2 มีการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้นอกชุมชน					
5.3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความสามารถในการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้					
5.4 มีวัฒนธรรมภายในชุมชนที่เอื้อต่อการการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้					
5.5 ผู้นำและสมาชิกของธุรกิจชุมชนมีความตระหนักถึงการเผยแพร่องค์ความรู้ต่างๆ ไปสู่บุคคลอื่น					
5.6 มีภาคีเครือข่ายร่วมในการการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง					
6.1 มีการนำเอาความรู้ที่ได้ไปพัฒนาตนเอง					
6.2 มีการประเมินความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ					
6.3 ผู้นำและสมาชิกในชุมชนมีความสามารถที่จะนำเอาความรู้ที่มีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม					
6.4 มีการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการทำงาน					
6.5 มีการตรวจสอบความรู้ที่ได้ก่อนนำไปใช้งานจริง					
6.6 มีการประเมินผลของความรู้ภายหลังการนำไปใช้					
7. ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน					
7.1 มีการพาสมาชิกไปศึกษาดูงาน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้					
7.2 มีการจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิกโดยผู้เชี่ยวชาญหรือวิทยากร					
7.3 มีการศึกษาหาความรู้จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต					
7.4 มีการนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนมาพัฒนาและปรับปรุงความรู้เดิม					
7.5 มีการออกร้านเพื่อให้สมาชิกได้แสดงความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน					
7.6 มีทัศนคติที่ดีในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน					
8. ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายโอน					
8.1 มีการถ่ายโอนความรู้ระหว่างกันภายในชุมชน					
8.2 มีการถ่ายโอนความรู้ระหว่างกันภายนอกชุมชน					
8.3 ชุมชนมีเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้					
8.4 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย สะดวก สบาย					
8.5 ผู้นำและสมาชิกในชุมชนเป็นผู้มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี					
8.6 สมาชิกในชุมชนมีความตั้งใจที่จะสร้างความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา					

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม					
9.1 มีกระบวนการในการแยกประเภทของความรู้					
9.2 มีกระบวนการในการจัดหมวดหมู่ของความรู้					
9.3 มีบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องของการรวบรวมความรู้					
9.4 มีสถานที่ในการจัดเก็บความรู้อย่างชัดเจน					
9.5 สมาชิกของธุรกิจชุมชนทุกคนได้รับประโยชน์จากการสร้างความรู้อย่างเท่าเทียมกัน					
9.6 มีการจัดเวทีเพื่อรวบรวมความรู้ในสาขาต่างๆ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น					
10. ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้					
10.1 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีการเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง เมื่อมีการเรียกประชุม					
10.2 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ					
10.3 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ					
10.4 มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับสมาชิกอย่างชัดเจนและเหมาะสม					
10.5 สร้างความสามัคคีให้กับสมาชิกของธุรกิจชุมชน					
10.6 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีส่วนร่วมที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง					

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการปฏิบัติมากที่สุด

- 1 หมายถึง ปฏิบัติน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ปฏิบัติน้อย
- 3 หมายถึง ปฏิบัติปานกลาง
- 4 หมายถึง ปฏิบัติมาก
- 5 หมายถึง ปฏิบัติมากที่สุด

คำถาม	ระดับการดำเนินงาน				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ผู้นำกลุ่มธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการความรู้ของสมาชิกในชุมชน					
2. สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้อย่างจริงจัง					
3. มีระบบการจัดการความรู้ภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ					
4. มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
5. มีลำดับขั้นตอนในการจัดการความรู้ที่เหมาะสม					
6. มีอุปกรณ์สารสนเทศเพียงพอกับความต้องการใช้งาน					
7. มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของความรู้ใหม่ๆ ให้กับสมาชิกได้ทราบโดยทั่วกัน					
8. มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างสม่ำเสมอ					
9. สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาธุรกิจชุมชนของตนเอง					
10. สมาชิกในชุมชนมีความร่วมแรงร่วมใจกันในการจัดการความรู้					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดร้อยเอ็ด

.....

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1. ขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดการความรู้มีความเหมาะสม					
2. สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการทำกิจกรรมเพียงพอ					
3. ผู้นำให้ความสำคัญในการการสร้างระบบการจัดการภายในกลุ่ม					
4. สมาชิกมีความต้องการที่จะเป็นผู้ร่วมในการจัดการความรู้ของกลุ่ม					
5. มีการเรียนรู้ภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง					
6. มีระบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					
7. ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน					
8. มีการกระจายความรู้ใหม่ๆ ผ่านการประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่ม					
9. สมาชิกภายในกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน					
10. สมาชิกภายในกลุ่มให้ความร่วมมือในการดำเนินการจัดการความรู้					

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเครื่องมือ
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่บศ.มส. / ว ๑๖๒

วันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมพูนุท เมฆเมืองทอง

ด้วย นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ รหัสประจำตัว ๕๗๙๒๓๐๓๐๐๑๐๖

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากฎมึภาครูปแบบการศึกษานอกเวลา

ราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการ

จัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

บรรลุตามวัตถุประสงค์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียน

เชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

ด้าน

- ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
- ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
- ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
- อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน

ด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ช.พ.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรกุล)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่บศ.มส. / ว ๑๖๒

วันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ

ด้วย นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ รหัสประจำตัว ๕๗๙๒๓๐๓๐๐๑๐๖ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากฎมึภาครูปแบบการศึกษานอกเวลา ราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

ด้าน

- ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
- ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
- ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
- อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน ด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ว.พ.ท.

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรกุล)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่บศ.มส. / ว ๑๖๒

วันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐

เรื่อง เรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์ ฉายบุญครอง

ด้วย นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ รหัสประจำตัว ๕๗๙๒๓๐๓๐๐๑๐๖

นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาพุทธศาสตร์พัฒนภูมิภาครูปแบบการศึกษานอกเวลา
ราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการ
จัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด” เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุดตามวัตถุประสงค์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียน
เชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาการวิจัย

ด้าน

- มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY
- ตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา ภาษา
 - ตรวจสอบด้านการวัดและประเมินผล
 - ตรวจสอบด้านสถิติ การวิจัย
 - อื่นๆ ระบุ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่าน
ด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

๒๗.๑๗

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ วรรณกุล)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ภาคผนวก ค

แบบประเมินความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ ค.1

การวิเคราะห์ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				ค่า IOC	สรุป
	+1	0	-1	รวม		
1. ด้านการแสวงหาความรู้						
1.1 มีการประชุมในการกำหนดแนวทางการแสวงหาความรู้ร่วมกัน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
1.2 มีการแสวงหาความรู้ภายในชุมชนของตนเอง	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
1.3 มีการแสวงหาความรู้ภายนอกชุมชนของตนเอง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
1.4 มีวิธีในการแสวงหาความรู้	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
1.5 มีการประเมินผลของการแสวงหาความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
1.6 มีวัฒนธรรมในการแสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่อง	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2. ด้านการสร้างความรู้						
2.1 มีการจัดตั้งกลุ่มที่จะจัดการความรู้	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
2.2 มีการจัดลำดับความรู้ที่สร้างขึ้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2.3 มีการสร้างความรู้ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนของท่าน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
2.4 มีเทคโนโลยีในการใช้สร้างความรู้เพียงพอ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
2.5 ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการสร้างความรู้	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
2.6 วัฒนธรรมในชุมชนมีส่วนสำคัญในการสร้างความรู้ของธุรกิจชุมชน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
3. ด้านการจัดเก็บความรู้						
3.1 มีการจัดหมวดหมู่ของความรู้อย่างชัดเจน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
3.2 มีการจัดระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อสะดวกในการค้นคว้าข้อมูล	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
3.3 มีบุคคลที่รับผิดชอบในด้านการจัดเก็บความรู้อย่างชัดเจน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
3.4 มีสถานที่ชัดเจนในการเก็บความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้

(ต่อ)

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ผลการพิจารณาของ				ค่า IOC	สรุป
	ผู้เชี่ยวชาญ					
	+1	0	-1	รวม		
3.5 ข้อมูลความรู้ที่จัดเก็บต้องมีความทันสมัยอยู่เสมอ	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
3.6 สามารถนำความรู้ออกมาใช้ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4. ด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้						
4.1 มีการจัดตั้งกลุ่มที่จะรับผิดชอบการวิเคราะห์และสกัดความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4.2 มีการประชุมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
4.3 มีการคัดกรองความรู้ที่มีอยู่	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4.4 มีการวางแผนด้านการวิเคราะห์และการสกัดความรู้	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
4.5 ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์มรการวิเคราะห์และสกัดความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4.6 มีระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อช่วยในการวิเคราะห์และสกัดความรู้	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
5. ด้านการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้						
5.1 มีการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ในชุมชน	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
5.2 มีการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้นอกชุมชน	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
5.3 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความสามารถในการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
5.4 มีวัฒนธรรมภายในชุมชนที่เอื้อต่อการการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
5.5 ผู้นำและสมาชิกของธุรกิจชุมชนมีความตระหนักถึงการเผยแพร่องค์ความรู้ต่างๆ ไปสู่บุคคลอื่น	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
5.6 มีภาคีเครือข่ายร่วมในการการถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
6. ด้านการประยุกต์และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง						
6.1 มีการนำเอาความรู้ที่ได้ไปพัฒนาตนเอง	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
6.2 มีการประเมินความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

(ต่อ)

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				IOC	สรุป
	+1	0	-1	รวม		
6.3 ผู้นำและสมาชิกในชุมชนมีความสามารถที่จะนำเอาความรู้ที่มีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6.4 มีการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการทำงาน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
6.5 มีการตรวจสอบความรู้ที่ได้ก่อนนำไปใช้งานจริง	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
6.6 มีการประเมินผลของความรู้ภายหลังการนำไปใช้	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
7. ด้านการสร้างความรู้โดยการแลกเปลี่ยน						
7.1 มีการพาสมาชิกไปศึกษาดูงาน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7.2 มีการจัดอบรมให้ความรู้กับสมาชิกโดยผู้เชี่ยวชาญหรือวิทยากร	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7.3 มีการศึกษาหาความรู้จากสื่อต่างๆ เช่น วิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
7.4 มีการนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนมาพัฒนาและปรับปรุงความรู้เดิม	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7.5 มีการออกร้านเพื่อให้สมาชิกได้แสดงความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
7.6 มีทัศนคติที่ดีในการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
8. ด้านการสร้างความรู้โดยการถ่ายทอด						
8.1 มีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันภายในชุมชน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8.2 มีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันภายนอกชุมชน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
8.3 ชุมชนมีเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
8.4 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย สะดวก สบาย	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
8.5 ผู้นำและสมาชิกในชุมชนเป็นผู้มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

(ต่อ)


ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ผลการพิจารณาของ ผู้เชี่ยวชาญ				IOC	สรุป
	+1	0	-1	รวม		
	8.6 สมาชิกในชุมชนมีความตั้งใจที่จะสร้างความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา	+1	+1	+1		
9. ด้านการสร้างความรู้โดยการรวบรวม						
9.1 มีกระบวนการในการแยกประเภทของความรู้	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
9.2 มีกระบวนการในการจัดหมวดหมู่ของความรู้	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9.3 มีบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องของการ รวบรวมความรู้	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
9.4 มีสถานที่ในการจัดเก็บความรู้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9.5 สมาชิกของธุรกิจชุมชนทุกคนได้รับประโยชน์จาก การสร้างความรู้อย่างเท่าเทียมกัน	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
9.6 มีการจัดเวทีเพื่อรวบรวมความรู้ในสาขาต่างๆ ให้มี ความชัดเจนยิ่งขึ้น	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10. ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้						
10.1 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีการเข้าร่วมประชุมทุก ครั้ง เมื่อมีการเรียกประชุม	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10.2 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้
10.3 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
10.4 มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับสมาชิก อย่างชัดเจนและเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10.5 สร้างความสามัคคีให้กับสมาชิกของธุรกิจชุมชน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
10.6 สมาชิกของธุรกิจชุมชนมีส่วนร่วมที่จะทำให้ธุรกิจ ชุมชนมีความเข้มแข็ง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้

ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชน	ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ				ค่า IOC	สรุป
	+1	0	-1	รวม		
1. ผู้นำกลุ่มธุรกิจชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการความรู้ของสมาชิกในชุมชน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
2. สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้อย่างจริงจัง	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
3. มีระบบการจัดการความรู้ภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
4. มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
5. มีลำดับขั้นตอนในการจัดการความรู้ที่เหมาะสม	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
6. มีอุปกรณ์สารสนเทศเพียงพอกับความต้องการใช้งาน	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
7. มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของความรู้ใหม่ๆ ให้กับสมาชิกได้ทราบโดยทั่วกัน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
8. มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้
9. สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาธุรกิจชุมชนของตนเอง	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
10. สมาชิกในชุมชนมีความร่วมแรงร่วมใจกันในการจัดการความรู้	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	70



ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ

1. ดร.นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ อธิบดีอธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน
2. ผศ.ดร. ธนัชชัย สิงห์มาตย์ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
3. ผศ. ดร.กมลทิพย์ ตรีเดช อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
4. ดร.วิชา เลี่ยมสกุล อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
5. ดร.ปภาพิต ศรีสว่างวงศ์ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
6. ดร.ธารีรัตน์ ชูรีรัมย์ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
7. อาจารย์นุจรีย์ ใจประนบ อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
8. คุณรัชนิพร ภูติจันทร์ นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ
9. คุณกานดา เหล่าเคน นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ
10. คุณณัฐพงศ์ พัฒนสระคู นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ

ผู้พัฒนากลุ่มธุรกิจชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

11. คุณอโณทัย สุขเพสน์ ผู้ช่วยผู้จัดการธนาคารออมสิน
12. คุณนาฏลักษณ์ แดงอาจ พนักงานธนกิจธนาคารไทยพาณิชย์
13. ว่าที่ร้อยตรีวิศวะวัฒน์ นนทภา เจ้าพนักงานการเงินและบัญชีชำนาญงาน
14. คุณจำเนียร กุสุมาลย์ ประธานศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและ
ส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุตำบลเมยวดี
15. คุณสมบุรณ์ จอมคำสิงห์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตแปงข้าวมะลิ (105)
ต.หนองแก้ว อ.เมือง จ.ร้อยเอ็ด
16. คุณประจวบ พงตรง ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษ
บ้านโหมน หมู่ 2 ต.ห้วยโพธิ์ อ.เมือง จ.กาฬสินธุ์

17. คุณมา พลเยี่ยม ประธานกลุ่มทอผ้าไหม ต.เมยวดี อ.เมยวดี จ.ร้อยเอ็ด
18. คุณสมจิตร รัตรองใต้ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนมไทยบ้านนาโพธิ์ อ.กุฉีกรัง
จ.มหาสารคาม
19. คุณสายทอง ธรรมโร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
20. คุณชมนาด รัตนพรหมรินทร์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล นางสาวนิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์
วัน เดือน ปี เกิด วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2517
ที่อยู่ปัจจุบัน 268-270-272 ถนนปัทมานนท์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดร้อยเอ็ด
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2539

ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.)
ภาควิชาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

พ.ศ. 2552

รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ร.ม.)

สาขาวิชารัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2556

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.)

สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พ.ศ. 2562

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.)

สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม