

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และซับซ้อนมากยิ่งขึ้น องค์การทั้งภาคธุรกิจเอกชน และหน่วยงานของรัฐ จึงตกอยู่ท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน แต่เป็นการแข่งขันกันสร้างนวัตกรรม (innovation) เป็นปัจจัยหลัก สำหรับนำมาใช้พัฒนาสังคม เพื่อความอยู่ดีกินดีและความสุขของคนในสังคม และแข่งขัน-ร่วมมือกับสังคมอื่น ประเทศอื่น ไม่ใช่แข่งขันกันด้วยการสะสมปัจจัย (factors accumulation) เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน หรือแรงงาน เป็นปัจจัยหลัก เหมือนสมัยก่อน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าวิถีทางแบบเดิมที่เคยทำให้องค์การ หน่วยงานต่างๆ สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้นั้น อาจไม่มีผลและใช้ไม่ได้ในอนาคต

การสร้างความมั่งคั่งจากทรัพยากรธรรมชาติ เงินทุน และแรงงาน ยิ่งดำเนินการ ทรัพยากรเหล่านั้นก็จะยิ่งร่อยหรอลงไปอยู่ในสภาพ "ใช้แล้วหมด" ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน แต่สำหรับการสร้างนวัตกรรม ต้องอาศัยความรู้ หรือทุนทางปัญญา ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ "ยิ่งใช้ ยิ่งงอกงาม" และเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทุนทางปัญญา จึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญ เนื่องจากทุนทางปัญญานั้นนอกจากจะเป็นทุนที่ไม่มีวันหมดแล้ว ยังเป็นทุนเพียงอย่างเดียวที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันในระยะยาว เพราะทุนในด้านอื่นๆ นั้น คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบไปได้ แต่ทุนทางปัญญานั้นคู่แข่งไม่สามารถนำไปได้ ดังนั้นนอกจากการระดมทุน และทรัพยากรทุกชนิดเพื่อการบริหารจัดการแล้ว องค์การต่างๆ จึงต้องปรับตัวเอง สู่การบริหารจัดการแบบใหม่ เป็น "สังคมฐานความรู้" และ "เศรษฐกิจฐานความรู้" สังคมที่ความรู้เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาประเทศ โดยมีมุ่งหน้าสู่ "สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ" ใน 3 ด้าน คือ

- 1) สังคมคุณภาพ ที่ยึดหลักความสมดุลและความพอดี

- 2) สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ที่เน้นให้คนไทยคิดเป็น ทำเป็น
- 3) สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน ที่ดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมและคุณค่าของเอกลักษณ์สังคมไทยที่พึงพาเกื้อกูลกัน

โดยในส่วนของการพัฒนาสังคมไทย ผู้การเป็นสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ นั้น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) มุ่งเน้นการเปิดโอกาสให้คนไทยทุกคนสามารถคิดเป็น ทำเป็น มีเหตุผล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต รู้เท่าทันโลก เพื่อยอมรับกับการเปลี่ยนแปลง สามารถลงทุนทางปัญญา รักษาและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้รัฐบาลของ ฯพณฯทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี มีนโยบายด้านการศึกษาโดยจะปฏิรูปการศึกษาตามเจตนารมณ์แห่งรัฐธรรมนูญและพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เพื่อพัฒนาสังคมไทยให้เป็น "สังคมแห่งความรู้" อันเป็นเงื่อนไขไปสู่ "ระบบเศรษฐกิจฐานความรู้" ให้คนไทยทั้งปวงได้รับโอกาสเท่าเทียมกันที่จะเรียนรู้ และฝึกอบรมได้ตลอดชีวิต และมีปัญญาเป็นทุนไว้สร้างงานและสร้างรายได้ และนำประเทศให้รอดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจและสังคม โดยยึดหลักการศึกษาสรางชาติ สรางคน และสร้างงาน

"สังคม-เศรษฐกิจฐานความรู้" เป็นสังคมที่ความรู้ได้กลายมาเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่งการพัฒนาความรู้ใหม่ๆ เพื่อการแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งจึงเป็นฐานที่สำคัญยิ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศ ในระบบเศรษฐกิจจะให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนความรู้เป็นนวัตกรรมโดยอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง ลักษณะที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ที่สำคัญมี 4 มิติ ดังนี้ (พรธิดา วิเชียรปัญญา ,2547)

1. นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความรู้
2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการสร้าง การกระจาย และการนำความรู้ไปใช้
3. เทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญสำหรับการประมวลผล การเก็บรักษา การถ่ายโอนและการสื่อสารข้อมูลทั้งที่อยู่ในรูปของข้อความ เสียง และภาพ
4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อันได้แก่ นโยบายทางกฎหมาย และเศรษฐกิจของรัฐบาล

จากสภาพที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง และส่งผลกระทบต่อองค์การในฐานะที่เป็นหน่วยหนึ่งของสังคมดังนี้

1. การก้าวไปสู่สังคมแห่งองค์การ (Society of Organization) ซึ่งก่อให้เกิดปรากฏการณ์สังคมลูกจ้าง (employee society) นั่นคือองค์การจะเป็นตัวจักรสำคัญในโลกของการแข่งขัน ซึ่งจะแข่งขันได้ดีก็ต่อเมื่อองค์การนั้นๆ ประกอบด้วยบุคลากรที่มีศักยภาพและมีขีดความสามารถสูง

2. โลกของการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป (New World of Work) นั่นคือสภาพแวดล้อมการทำงานได้เปลี่ยนแปลงไปจาก

งานไร้ทักษะ	เปลี่ยนเป็น	งานที่ต้องใช้ความรู้
การทำงานที่ซ้ำซากจำเจ	เปลี่ยนเป็น	งานสร้างสรรค์
งานโครงการมัน	เปลี่ยนเป็น	ทีมงาน
งานตามหน้าที่	เปลี่ยนเป็น	งานตามโครงการ
งานที่ใช้ทักษะอย่างเดียว	เปลี่ยนเป็น	งานที่ใช้ทักษะหลากหลาย
อำนาจของหัวหน้า	เปลี่ยนเป็น	อำนาจของลูกค้า
การสั่งการจากเบื้องบน	เปลี่ยนเป็น	การประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน

จากสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปจะเห็นได้ว่า โครงสร้างขององค์การในอนาคตจะประกอบด้วย กลุ่มแรงงานหลัก(core workers) ที่เป็นนักวิชาชีพ ช่างเทคนิค และผู้บริหารที่ต้องใช้ความรู้ประกอบการทำงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. กลุ่มที่เน้นความชำนาญเฉพาะด้าน ซึ่งเป็นบุคลากรในตำแหน่งระดับกลางและล่าง
2. กลุ่มบุคลากรที่มีความรู้หลากหลายเป็น สหสาขาวิชา ซึ่งบุคลากรกลุ่มนี้มีความสามารถที่จะวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม มีวิสัยทัศน์พร้อมที่จะเป็นผู้นำขององค์การเพื่อเผชิญกับการท้าทายและการแข่งขันระดับโลก

คนจึงเป็นทรัพย์สินอันมีค่ายิ่งขององค์การ และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสังคม สังคมจะอยู่รอด เสื่อมสลายหรือเจริญรุ่งเรือง ขึ้นอยู่กับคนและคุณภาพของคนในสังคมนั้นเป็นสำคัญ และเป็นที่แน่นอนว่า ถ้าสังคมใดประกอบด้วยคนที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถ สังคมนั้นย่อมเจริญได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศแพ้สงครามจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นยับเยินทรุดโทรมอย่างสาหัส แต่ชั่วระยะเวลาเพียง 30 ปีให้หลัง ญี่ปุ่นก็กลับเจริญรุดหน้าไปไกล จนเป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะคุณภาพของคนญี่ปุ่น

หากแต่การพัฒนาประเทศไทยที่ผ่านมา เห็นได้อย่างชัดเจนถึงการพัฒนาที่ขาดสมดุล โดยประสบความสำเร็จเฉพาะในเชิงปริมาณ แต่ขาดความสมดุลด้านคุณภาพ จุดอ่อนของการพัฒนาที่สำคัญประการหนึ่งคือการศึกษาของคนไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร ทำให้คนซึ่งเป็นทรัพยากรอันมีค่ายิ่งของชาติ มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านไม่เพียงพอ ไม่สามารถปรับตัวให้รู้เท่าทันวิทยาการสมัยใหม่ และนำความรู้มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ สังคมไทยจึงยังเป็นสังคมที่ขาดการใช้ “ความรู้” อย่างเหมาะสมและจริงจัง ขาดการพัฒนาองค์ความรู้และขาดการส่งเสริม กระตุ้นให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต

วิธีการหนึ่งในการส่งเสริมให้คนในสังคมมีการเรียนรู้ตลอดชีวิตในยุคเศรษฐกิจ - สังคมความรู้ อีกทั้งได้พัฒนาคน และองค์การให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน รวมถึงให้องค์การมีความได้เปรียบในระยะยาว คือ การจัดการความรู้ ซึ่งกระบวนการจัดการความรู้ของคนเรา เกี่ยวข้องกับการ “หา , “สร้าง” , “สืบทอด” , “แลกเปลี่ยน” และ “ประยุกต์ใช้” ความรู้ที่มีอยู่ของคน ซึ่งความรู้เหล่านี้เกิดขึ้นจากความจำเป็นในการดำรงชีวิต มาจากการสังเกต การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันผ่านการสื่อสารจากกระบวนการทางสังคมของคน การบอกเล่าผ่าน “ปากต่อปาก” ในยุคแรกๆที่ยังไม่มีภาษาเขียน จนกระทั่งเมื่อภาษาเขียนและแท่นพิมพ์เกิดขึ้น ความรู้ต่างๆของคนก็เป็นที่แพร่หลายผ่านการสื่อสารในรูปแบบงานเขียน สื่อสิ่งพิมพ์ และได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้นเมื่อสื่อต่างๆได้พัฒนาออกไปในหลากหลายรูปแบบ จนทำให้เกิดการต่อยอดความรู้ ด้วยมุมมองของการเห็นค่าความรู้ที่มีอยู่ในตัวคนของการจัดการความรู้ จึงถือว่าคนทุกคนเป็นผู้มีความรู้ เพราะทุกคนทำกิจกรรม ทำงาน มีการพบปะ สังสรรค์และสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น จึงย่อมมีความรู้ฝังลึก หรือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ด้วยกันทั้งสิ้น

การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่มีการนำเอาความรู้ ความเข้าใจในการทำงานในองค์การ มาเก็บรวบรวมและเรียบเรียงให้เป็นประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือคุณค่า เพื่อสร้างความแตกต่าง และพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระยะยาวมากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความรู้ในตัวของแต่ละบุคคลที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญยิ่งในองค์การ เพราะฉะนั้นการจัดการความรู้ให้มีระบบระเบียบจะสามารถช่วยให้กระบวนการจัดการและถ่ายทอดความรู้ของแต่ละคนทำได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ได้

การจัดการความรู้ มีเป้าหมายหลักคือ การใช้ประโยชน์จากความรู้มาเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์การ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของ

องค์การ การจัดการความรู้มีความสำคัญอย่างยิ่งไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาก็ตาม วัตถุประสงค์ทั่วไปของการจัดการความรู้มีดังนี้

1. เพื่อปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ
3. เพื่อปรับปรุงเทคนิค กระบวนการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนำความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์

ส่วน Bacha (2000 อ้างถึงใน นฤมล พุกษาศิลป์ และพัชรา หาญเจริญกิจ 2543 : 65) กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ทำให้องค์การสามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของบุคคลากร เช่น การเกษียณอายุทำงาน หรือการลาออกจางาน เป็นต้น
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ โดยประเภท คุณภาพ และความสะดวกในการเข้าถึง ความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจต้องสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ
3. ความสามารถในการปรับตัวและมีความยืดหยุ่น การทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในงานและวัตถุประสงค์ของงาน โดยไม่ต้องมีการควบคุม หรือมีการแทรกแซงมากนัก จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในหน้าที่ต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน
4. ความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการความรู้ช่วยให้องค์การมีความเข้าใจลูกค้า แนวโน้มของการตลาดและการแข่งขันทำให้สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้
5. การพัฒนาทรัพยากร เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์การในการใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ เป็นต้น
6. การยกระดับผลิตภัณฑ์ การนำการจัดการความรู้มาใช้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วย
7. การบริหารลูกค้า การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้า จะเป็นการสร้างความพึงพอใจและเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้แก่องค์การ

8. การลงทุนทางทรัพยากรบุคคล การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ผ่านการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดการด้านเอกสาร การจัดการกับความรู้ที่ไม่เป็นทางการเป็นการเพิ่มความสามารถให้แก่องค์กรในการจ้างและฝึกฝนบุคลากร

และจากการสำรวจของ IDC บริษัทวิจัย (พงษ์ ภาวิจิตร, 2545) พบว่าผู้บริหารบริษัทเชื่อว่าการจัดการความรู้นั้นจะช่วยให้

1. ช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น 67 เปอร์เซ็นต์
2. ช่วยรักษาทรัพยากรมนุษย์ อันเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่สุดของสังคมการเรียนรู้ 54 เปอร์เซ็นต์
3. ช่วยรักษาลูกค้าไม่ให้หนีไปไหน หรือทำให้ลูกค้าพอใจมากกว่าที่เคยคาดไว้ 52 เปอร์เซ็นต์
4. ช่วยป้องกันไม่ให้มีคู่แข่ง หรือผู้รุกรานใหม่ 44 เปอร์เซ็นต์
5. ช่วยย่นระยะเวลาในการออกสินค้าใหม่ๆ 39 เปอร์เซ็นต์
6. ช่วยลดต้นทุนลง 38 เปอร์เซ็นต์
7. ช่วยพัฒนาสินค้าใหม่ๆได้ 35 เปอร์เซ็นต์

นอกจากนี้ จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงหลายองค์กรในประเทศสหรัฐอเมริกาเกี่ยวกับเรื่อง que ผู้บริหารสนใจเมื่อปี 1998 โดยมูลนิธิ Mulcolm Baldrige National Quality Award วิเคราะห์ข้อมูลโดย Louis Harris และคณะ (บุญดี บุญญาภิจ , นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย , ดิสพงศ์ พรชนกนาค และปรียวรรณ กรรณล้วน, 2547) พบว่าการจัดการความรู้เป็นหัวข้อที่ผู้บริหารสนใจมากถึง 88 เปอร์เซ็นต์ เป็นอันดับสองรองจากเรื่องโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจในช่วงปี 1998 ซึ่งเป็นปีที่กำลังจะเข้าสู่ปี 2000 (Y2K) แต่ผู้บริหารก็เชื่อว่าการจัดการความรู้จะมีผลกระทบต่อธุรกิจอย่างแน่นอน ดังตารางข้างล่างนี้

โลกาภิวัตน์	94%
การจัดการความรู้	88%
การลดต้นทุนและระยะเวลาการผลิต	79%
การขยายตัวของห่วงโซ่อุปสงค์	78%
การมีโรงงานตั้งอยู่ในหลายพื้นที่	76%
การจ้างแรงงานแบบชั่วคราว	71%

ตารางที่ 1 หัวข้อทางธุรกิจที่ผู้บริหารระดับสูงให้ความสนใจ ที่มา มูลนิธิ Mulcolm Baldrige National Quality Award วิเคราะห์ข้อมูลโดย Louis Harris และคณะ (บุญดี บุญญาภิจ , นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย , ดิสพงศ์ พรชนกนาค และปรียวรรณ กรรณล้วน, 2547)

ฉะนั้น “การจัดการความรู้” จึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการพัฒนาสังคม องค์กร หรือชุมชน อย่างยิ่ง ในการที่จะสร้างกระบวนการ วิธีการ และเครื่องมือที่จะทำให้ความรู้ในตัวคน ได้รับการถ่ายทอดออกมาเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง ใช้ประโยชน์ได้ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาขยายผลต่อได้อย่างไม่สิ้นสุด เพราะความรู้จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ให้เหมาะสมต่อการใช้งาน และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

อย่างไรก็ตามในการจัดการความรู้ที่ผ่านมาของหน่วยงาน องค์กรต่างๆของไทยยังมีอุปสรรคในหลายประการด้วยกัน โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับคน ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการความรู้ และความรู้ที่สำคัญยิ่งก็คือความรู้ไม่ชัดแจ้ง (Tacit Knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ การทำงานต่างๆของบุคคล และพัฒนาความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลออกมามีเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ถ่ายทอดสู่บุคคลอื่นๆต่อไป แต่วัฒนธรรมและค่านิยมของคนไทยบางประการเป็นตัวขัดขวางการดำเนินงานจัดการ และถ่ายทอดความรู้ ดังนี้

- ผู้น้อยต้องฟังผู้ใหญ่ ผู้น้อยหรือพนักงานในระดับเล็กของไทยจะไม่กล้ามีปากมีเสียง หรือแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากเจ้านายของตน เพราะคิดว่าเจ้านายพูดและทำถูกต้องเสมอ จึงคอยแต่ทำตามคำสั่งของเจ้านายเท่านั้น
- การรักษาหน้า คนไทยจำนวนไม่น้อยที่เกรงว่าหากเราถามผู้อื่นจะแสดงถึงความโง่เขลาเบาปัญญา และสูญเสียหน้า จึงไม่กล้าถาม และในบางครั้งเราก็ไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างเนื่องจากเกรงว่าจะโดนวิพากษ์วิจารณ์ไปต่างๆนานา และเสียหน้าได้
- เกรงใจ เป็นค่านิยมสำคัญของคนไทยที่ชาวต่างชาติไม่เข้าใจ คนไทยจำนวนมากเกรงใจที่จะต้องถามเพราะเกรงว่าจะเป็นการรบกวนผู้อื่น ทำให้เขาไม่สะดวกใจ
- หวงความรู้ ปกปิดความรู้ที่ตนเองมี ไม่ยินยอมที่จะเผยแพร่ให้แก่บุคคลอื่น อาจเพราะเกรงว่าเมื่อบุคคลอื่นมีความรู้เช่นที่ตนมี บทบาทของตนเองจะลดลง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงานในองค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC)

ปัญหานำการวิจัย

1. องค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) มีกระบวนการสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้อย่างไร ?
2. องค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) มีกลยุทธ์ในการสื่อสารในการระดมและเผยแพร่ความรู้อย่างไร?
3. ปัจจัยใดที่มีผลต่อความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงานในองค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQC) ?

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงาน
2. ความพึงพอใจลักษณะงานที่ปฏิบัติมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
3. ความพึงพอใจในความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
4. ความพึงพอใจในการได้รับการยอมรับนับถือมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
5. ความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
6. ความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
7. ความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน
8. ความพึงพอใจในเงินเดือน รางวัลและสิ่งตอบแทนมีความสัมพันธ์กับความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ ของพนักงาน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัย กระบวนการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารในการโน้มน้าวใจ ในการระดมและเผยแพร่ความรู้ รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือของพนักงานในการ ระดมและเผยแพร่ความรู้ขององค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)หรือรางวัลการบริหารสู่ ความเป็นเลิศ (TQC) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจากองค์กรที่ได้รับรางวัลคุณภาพ แห่งชาติ (Thailand Quality Award-TQA) และองค์กรที่ได้รับรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศ (Thailand Quality Class – TQC) ของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ในช่วงปี พ.ศ.2546-2547

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก และการให้ความรู้ ตลอดจนข้อมูล ข่าวสารทั้งในรูปแบบวัจนภาษาและอวัจนภาษา ได้แก่ สีหน้า ท่าทาง แววตา น้ำเสียง การสัมผัส ไปยังบุคคลอื่น และบุคคลนั้นสามารถรับรู้และเข้าใจความหมายของผู้ส่งสารได้เป็นอย่างดี

กระบวนการสื่อสาร กระบวนการที่ข้อมูลข่าวสารถูกส่งจากผู้ส่งสารหรือแหล่งสารไปยัง ผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความรู้และพฤติกรรม ในที่นี้คือการส่งข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความรู้และความรู้ต่างๆให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานเกิดการ แลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ขึ้น

กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ หมายถึง วิธีการสื่อสารที่องค์กรใช้เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ความคิดเห็นที่เป็นปฏิกิริยาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ การระดมและเผยแพร่ความรู้ของพนักงาน การสร้างให้หมดไป และเสริมสร้างความคิด ความรู้สึกที่ดีให้มีอยู่ต่อไป

การระดมและเผยแพร่ความรู้ หมายถึง การรวบรวมความรู้ที่ได้มาจากการทำงาน และ ประสบการณ์ต่างๆ มาเผยแพร่ บอกต่อ ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยน ผ่านทางความสัมพันธ์ใกล้ชิด การทำงานร่วมกัน การพูดคุยเล่าเรื่อง การเปรียบเทียบ การประชุม สัมมนา และการนำเสนอ ใน รูปของเอกสาร ตำรา ฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์

การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือ

นวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงโดยอาศัยช่องทางต่างๆที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและการถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การ

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง สภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อายุการทำงาน และระดับตำแหน่งงาน

ความพึงพอใจในลักษณะงานที่ปฏิบัติ ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ งานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ งานที่ต้องอาศัยทักษะความชำนาญในการปฏิบัติ

ความพึงพอใจในความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือการได้รับการฝึกอบรม

ความพึงพอใจในการได้รับความยอมรับนับถือ ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี หรือการแสดงออกอื่นใดที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถจากผู้บังคับบัญชา หรือเพื่อน

ความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมการทำงาน ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับ สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือ หรือเทคโนโลยีต่างๆ

ความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงจากการติดต่อกับเพื่อนร่วมงานไม่ว่าจะเป็นกิริยา วาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดี สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจกันเป็นอย่างดี

ความพึงพอใจในความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความรู้สึกจากการประเมินประสบการณ์ ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงาน การนิเทศงาน เทคนิคการบังคับบัญชาของหัวหน้างานและผู้บังคับบัญชา

ความพึงพอใจในเงินเดือน รางวัลและสิ่งตอบแทน ความรู้สึกรู้สึกจากการประเมิน ความคิดเห็นและสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับเงินเดือน รายได้ตอบแทนอื่นๆตลอดจนรางวัลที่ได้รับ

ความร่วมมือในการระดมและเผยแพร่ความรู้ หมายถึง การร่วมมือในกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมความรู้ ประสบการณ์ การเผยแพร่ ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งในฐานะเป็นผู้ให้ข้อมูล / ความรู้และผู้รับข้อมูล / ความรู้ต่างๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาการจัดการความรู้ในองค์การให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและผู้ดำเนินโครงการการจัดการความรู้ ในการพัฒนาบุคลากร และพัฒนาองค์การไปสู่ความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ต่อไป