



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในเรื่องของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดทางการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของความรู้ ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ ตอนที่ 4 มาตรฐานความรู้ของครู ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ของครู โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของความรู้

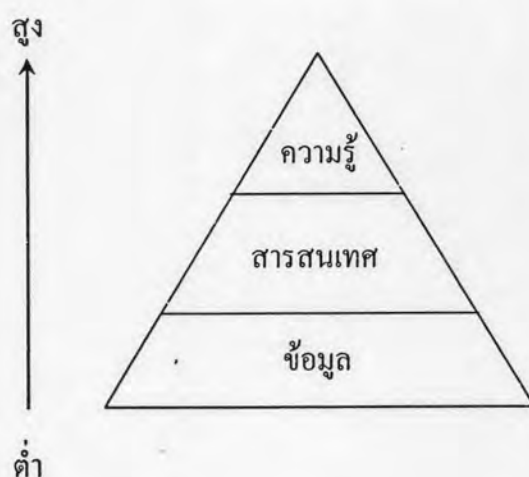
ในยุคสังคมแห่งการเรียนรู้ ความรู้จะเป็นกุญแจสำคัญ และแรงงานความรู้ (knowledge worker) จะเป็นแรงงานที่สำคัญเช่นกัน ดังนั้น ความรู้จึงมีความสำคัญยิ่งต่อบุคคลในการเพิ่มขีดความสามารถตนเอง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจแนวความคิดเบื้องต้นของความรู้ เพื่อสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้อง

1.1 ความหมายของความรู้

ความรู้ คือ สินทรัพย์อย่างหนึ่งขององค์กร เป็นพลังที่สามารถขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถดำเนินไปได้ โดยความรู้มีความเชื่อมโยงกับข้อมูล และสารสนเทศ ซึ่งอาศัยหลักการที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนข้อมูล (data) ไปเป็นสารสนเทศ (information) และเปลี่ยนสารสนเทศไปเป็นความรู้ (knowledge) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ หากความรู้ได้ถูกนำไปแบ่งปันและประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหรือใช้ในหน้าที่การงาน จะก่อให้เกิดผลงานที่มีมูลค่าและคุณค่าสูง เกิดการยกระดับความรู้และปัญญา อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

ดังนั้น ก่อนอื่นใดจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจและแยกแยะข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ ออกจากกันให้ชัดเจน (วิจารณ์ พานิช, 2546; มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546; บดินทร์วิจารณ์, 2547; พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547) โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 2.1 พีระมิดแสดงลำดับชั้นของความรู้



ที่มา: ประยุกต์จาก Tay and Chan (2002)

ข้อมูล (data) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งสามารถมองเห็นได้ โดยยังไม่ผ่านกระบวนการตีความ วิเคราะห์ กลั่นกรอง ประมวลผล แยกส่วนที่ผิดพลาดออกไป หรือสรุปย่อให้สั้นลง ซึ่งอาจเป็นข้อมูลเชิงบรรยาย หรือข้อมูลเชิงปริมาณ

สารสนเทศ (information) หมายถึง ข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลแล้ว บ่งบอกถึงสาระ แนวโน้มและทิศทางของกลุ่มข้อมูลที่มีความหมายซึ่งมีคุณค่าระดับหนึ่งในการใช้งาน โดยผู้ใช้จะเป็นผู้กำหนดคุณค่าสำหรับคนกลุ่มหนึ่ง แต่อาจไร้คุณค่าสำหรับคนอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้ ในทางกลับกัน สารสนเทศเดิมที่เคยไร้คุณค่าสำหรับคนกลุ่มนั้น อาจกลับมามีคุณค่าใหม่ในภายหลังก็ได้ ดังนั้น การกำหนดคุณค่าจึงขึ้นอยู่กับความต้องการ ได้ทันเวลา และเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

ความรู้ (knowledge) หมายถึง สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการของการจัดเกลา เลือกใช้ และบูรณาการ โดยการผสมผสานความรู้และประสบการณ์เดิมผนวกกับสารสนเทศใหม่ที่ได้รับ ซึ่งสามารถตีความและทำความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ ได้ จนเกิดเป็นความรู้ใหม่ที่ฝังอยู่ในบุคคล อาจเกิดได้จากกระบวนการภายในบุคคลหรือกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ตั้งแต่การพูดคุยไปจนถึงการฝึกฝน ทั้งนี้ ความรู้ดังกล่าวจะมีคุณค่าเมื่อได้ถูกนำมาใช้และนำมาแบ่งปันให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

1.2 ยุคของความรู้

ในแต่ละยุคของความรู้ได้ถูกให้ความสำคัญในรูปแบบของความรู้ที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถแบ่งยุคของความรู้ออกเป็น 2 ยุค โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (วิจารณ์ พานิช, 2547)

ความรู้ยุคที่ 1 เป็นความรู้ที่สร้างขึ้นโดยนักวิชาการ มีความเป็นวิทยาศาสตร์ เน้นความเป็นเหตุผล พิสูจน์ได้โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือวิชาการ มีการจำแนกแยกแยะเป็นรูปเฉพาะสาขาวิชาการ เป็นความรู้ที่เน้นความลึก ความเป็นวิชาการเฉพาะด้าน เน้นความรู้ที่อยู่ในกระดาษ (explicit knowledge)

ความรู้ยุคที่ 2 เป็นความรู้ที่ผูกพันกับงานหรือกิจกรรมของบุคคลและองค์กร เป็นความรู้ที่ใช้งานและสร้างขึ้นโดยผู้ปฏิบัติงานหรือกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเอง โดยอาจสร้างขึ้นจากการเลือกเอาความรู้เชิงทฤษฎีหรือความรู้จากภายนอกมาปรับแต่งเพื่อการใช้งาน หรือสร้างขึ้นโดยตรงจากประสบการณ์ในการทำงาน ความรู้เหล่านี้มีลักษณะบูรณาการและมีความจำเพาะต่อบริบทของงาน กลุ่มผู้ปฏิบัติงาน หน่วยงานและองค์กรนั้น ๆ ความรู้ยุคที่ 2 นี้เน้นความรู้ในคน (tacit knowledge)

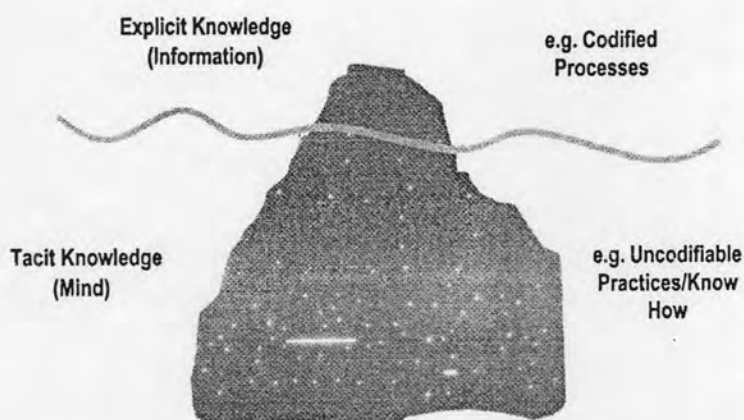
1.3 ประเภทของความรู้

ความรู้สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายมิติ เช่น จำแนกตามแหล่ง (location) จำแนกตามเวลา (time) จำแนกตามรูปแบบ (form) จำแนกตามเจ้าของ (owner) เป็นต้น (trapp, 1999 อ้างถึงใน พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547) แต่ที่นิยมมากที่สุด คือ การแบ่งตามรูปแบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2546; พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547; วิจารณ์ พานิช, 2545) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) **ความรู้โดยนัย (tacit knowledge)** เป็นความรู้ซึ่งอยู่ในตัวบุคคลที่เกิดมาจากทักษะ ประสบการณ์ ความชำนาญ ความคิด ผ่านการสังเกต การสนทนา เรียนรู้ ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ที่มีคุณค่าและหัวใจสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จและได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากความรู้ประเภทนี้ฝังอยู่ในตัวบุคคล ดังนั้น การจัดให้เป็นระบบหมวดหมู่ หรือทำให้ปรากฏชัดเจนเป็นรูปธรรมหรือเป็นเอกสารตำราจึงสามารถทำได้ยาก รวมทั้งการสื่อสารและการทำความเข้าใจความรู้ประเภทนี้เป็นไปได้ยากเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม ความรู้โดยนัยนี้สามารถพัฒนาและแบ่งปันกันได้ แต่จะขึ้นอยู่กับความเชื่อ รวมทั้งทักษะ ความรู้ ความชำนาญของบุคคลที่จะกลั่นกรองความรู้เหล่านั้น

2) **ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge)** เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวมและบันทึกไว้เป็นรูปของลายลักษณ์อักษรได้ รวมทั้งสามารถใช้ร่วมกันและแบ่งปันกันได้อย่างสะดวก เช่น สิ่งพิมพ์ ตำรา คู่มือ เอกสารขององค์กร เป็นต้น

แผนภาพที่ 2.2 ภูเขาน้ำแข็งเปรียบเทียบความรู้โดยนัยและความรู้ที่ชัดเจน



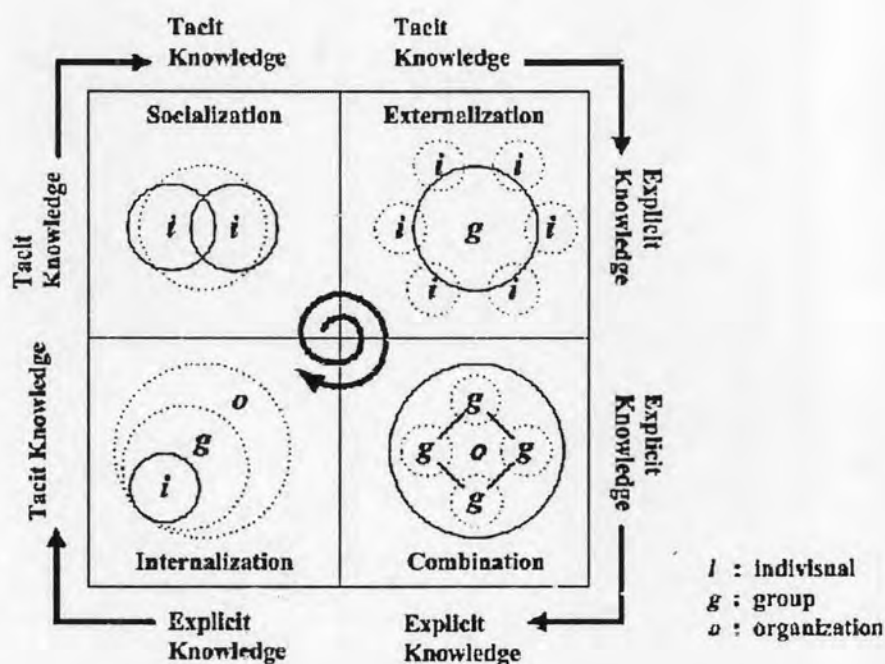
ที่มา: Lae (2005)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของความรู้ทั้ง 2 ประเภท จะพบว่าความรู้ที่ใช้อยู่ในองค์กรส่วนใหญ่เป็นความรู้โดยนัยมากกว่าความรู้ที่ชัดเจนในอัตราส่วนถึง 80: 20 ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าความรู้โดยนัยนั้นเป็นความรู้ที่มีความสำคัญยิ่งต่อองค์กรเป็นอย่างมาก

1.4 วัฏจักรของความรู้

ความรู้ทั้ง 2 ประเภท ทั้งความรู้โดยนัยและความรู้ที่ชัดเจนสามารถเปลี่ยนสถานะระหว่างกันได้ตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ โดยผ่านกระบวนการที่เรียกว่า เกลียวความรู้ (knowledge spiral) หรือ SECI model ตามแนวคิดของ Ikujiro Nonaka และ Takeuchi Hirotoaka ซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการยกระดับความรู้ และนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ยังจะช่วยให้ผู้บริหารได้มีการเข้าใจและทำให้มีการวางแผนด้านการจัดการความรู้ของบุคลากรในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (socialization), การสกัดความรู้ (externalization), การผนวกความรู้ (combination), และ การผนึกความรู้ (internalization) (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2549; มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2546; วิจารณ์ พานิช, 2547; จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2548; สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2546; Nonaka and Konno, 1998 อ้างถึงใน Umemoto, 2000) โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 2.3 กระบวนการเปลี่ยนความรู้ในเกลียวความรู้



ที่มา: Nonaka and Konno (1998)

1) การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (socialization) เป็นกระบวนการเปลี่ยนความรู้ในรูปแบบของความรู้โดยนัยระหว่างบุคคล โดยสามารถนำความรู้มาแบ่งปันกันได้จากการจัดให้คนมาปฏิบัติสัมพันธ์กันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัดตั้งทีมข้ามสายงานหรือข้ามองค์กร การจัดตั้งชุมชนแห่งการเรียนรู้ (communities of practice: CoP) ระบบพี่เลี้ยง การสับเปลี่ยนงาน การยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน การจัดเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ การบอกเล่าประสบการณ์ในการทำงานโดยการเผชิญหน้ากัน ซึ่งเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกลด้วยเสียง/วิดีโอ (audio/video conferencing) เป็นต้น

2) การสกัดความรู้ (externalization) เป็นกระบวนการเปลี่ยนความรู้โดยนัยมาสู่ความรู้ที่ชัดเจนด้วยกระบวนการทางสังคมจากการมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบของกระบวนการแบบกลุ่ม เช่น การสนทนากลุ่ม จับกลุ่มคุยกัน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความคิดใหม่ๆ และความตระหนักถึงข้อมูลใหม่ๆ ที่เปิดเผยออกมา และทำให้เกิดเป็นความรู้ที่สามารถนำมาแบ่งปันกันได้โดยง่าย รวมทั้งสามารถเก็บเป็นคลังความรู้ขององค์กรเพื่อให้ผู้อื่นเข้าถึงได้ ซึ่งกระบวนการนี้เป็นส่วนที่ทำให้ความรู้โดยนัยถูกทำให้มีความชัดเจนขึ้น รวมทั้งเกิดเป็นความรู้ที่มีประสิทธิภาพและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

3) การผนวกความรู้ (combination) เป็นกระบวนการเปลี่ยนความรู้ในรูปแบบของความรู้ที่ชัดเจน โดยการนำความรู้ที่ชัดเจนมาจัดระบบ รวบรวม จัดกลุ่ม แบ่งหมวดหมู่ให้เป็นความรู้ใหม่ ซึ่งเป็นความรู้ที่ชัดเจนที่ยกระดับเพิ่มมากขึ้น มีความกว้างขวางและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น และนำความรู้ที่ได้เหล่านั้นมาแบ่งปันกัน เช่น เอกสารการประชุม ตำรา คู่มือการปฏิบัติงาน เป็นต้น โดยเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการแบ่งปันความรู้เพื่อความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต (internet) เป็นต้น

4) การผนึกความรู้ (internalization) เป็นกระบวนการเปลี่ยนความรู้ที่ชัดเจนมาสู่ความรู้โดยนัย ซึ่งเป็นกระบวนการของการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (learning by doing) โดยการนำความรู้ที่ได้รับมาทำความเข้าใจและนำไปสู่การปฏิบัติ เช่น การศึกษาเรียนรู้จากการอ่านเอกสารงานวิจัย เป็นต้น แล้วความรู้ดังกล่าวจะถูกฝังอยู่ภายในบุคคลนั้น ๆ ซึ่งจะกลายเป็นทักษะหรือความสามารถอันมีค่ายิ่งต่อบุคคลหรือองค์กร หลังจากนั้นจะนำกระบวนการกลับไปสู่วงจรเดิม คือขั้นแรกของการสร้างความรู้ คือ กระบวนการการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (socialization) อีกครั้ง

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

ปัจจุบันเป็นยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ ความรู้จึงเป็นตัวผลักดันในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นและมีความก้าวหน้าทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำได้ แต่แหล่งความรู้ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากและกระจัดกระจายอยู่ในหลายรูปแบบ จึงเป็นเรื่องยากที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้สูงสุด จึงทำให้เกิดแนวคิดของการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ขึ้น เพื่อให้องค์กรต่าง ๆ สามารถจัดเก็บแหล่งความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากมาจัดการให้เป็นระบบ เข้าถึงง่าย ทันต่อการนำไปใช้ และทำให้ความรู้เหล่านั้นอยู่เป็นความรู้ขององค์กร (บดินทร์ วิจารณ์, 2547; พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547)

2.1 ประวัติความเป็นมาของการจัดการความรู้

ในยุคแรก เริ่มตั้งแต่ในช่วงที่ยังไม่มีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลใช้กันอย่างแพร่หลายเหมือนในปัจจุบัน เป็นยุคของมินิคอมพิวเตอร์หรือเมนเฟรมคอมพิวเตอร์ องค์กรที่มีกำลังเงินในการจัดหามินิคอมพิวเตอร์หรือเมนเฟรมคอมพิวเตอร์ได้ จะมีโอกาสสร้างศักยภาพในการบริหารข้อมูลสารสนเทศได้เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นยุคของสารสนเทศ องค์กรจะใช้สารสนเทศในการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งส่วนใหญ่ระบบสารสนเทศแต่ละระบบยังแยกกันอยู่ ยังไม่ได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน

ต่อมาในช่วงทศวรรษที่ 1990 บางองค์กรที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ จึงมีการปรับโครงสร้างองค์กร การปรับระบบ (reengineering) การลดคน ทำให้ความรู้ขององค์กรสูญหายไปกับพนักงานที่ลาออกหรือให้ออก ซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กรภายหลังว่า องค์กรขาดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมทางด้านการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ สูตลาด และผลการสอบถามผู้บริหารระดับสูงต่างประเทศว่า ความรู้ในองค์กรส่วนใหญ่อยู่ในตัวคน (tacit knowledge) ที่มีประสบการณ์ ส่วนที่เหลือจะถูกจัดเก็บในรูปของเอกสารและสื่ออื่น ๆ หรือความรู้ที่สามารถหาได้จากภายนอก (explicit knowledge) ด้วยเหตุนี้การลดค่าใช้จ่ายขององค์กรโดยการลดคนจึงไม่ได้เป็นทางออกที่ดีที่สุด องค์กรจึงหันมาให้ความสนใจการจัดการความรู้ในองค์กรมากขึ้น โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นประสบการณ์ที่อยู่กับตัวพนักงาน

และในปี ค.ศ. 1995 จึงได้เริ่มเข้าสู่การจัดการความรู้ในองค์กรอย่างจริงจัง ซึ่งได้มีนักวิชาการชาวญี่ปุ่น ชื่อ Ikujiro Nonaka และ Takeuchi Hirotoaka ได้เขียนหนังสือชื่อ “The knowledge creation company” โดยเน้นการสร้างและการกระจายความรู้ในองค์กร ระหว่างความรู้ที่อยู่ในตัวคน (tacit knowledge) กับความรู้ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อ/เอกสารต่าง ๆ (explicit knowledge) โดยมีโมเดล SECI-knowledge conversion เป็นกรอบความคิดและแนวทางในการสร้างและขยายองค์ความรู้ในองค์กร หนังสือเล่มนี้มีอิทธิพลอย่างสูงต่อวงการธุรกิจ และส่งผลทำให้ผู้นำทางธุรกิจจำนวนมากตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ นับตั้งแต่นั้นมา การจัดการความรู้ได้กลายเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรหลายแห่งได้พยายามนำไปประยุกต์ใช้

จากการจัดการความรู้ที่แพร่หลายมากขึ้นจนเกิดเป็นยุคของการจัดการความรู้ วิชาการของการจัดการความรู้ในองค์กร ได้ถูกแบ่งออกเป็น 3 ยุค (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547) ดังนี้

ยุคที่ 1 ประมาณปี ค.ศ. 1978-1979 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของการจัดการความรู้ โดยมีแนวคิดว่าความรู้เป็นสิ่งที่สามารถบริหารจัดการได้ โดยอาศัยการจัดการที่เป็นระบบ มีโครงสร้างตายตัว และเริ่มมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของมนุษย์

ยุคที่ 2 เริ่มตั้งแต่ช่วงประมาณปี ค.ศ. 1995 ซึ่งมีการแบ่งความรู้ออกเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้โดยนัย (tacit knowledge) และ ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) ไว้อย่างชัดเจน รูปแบบในการสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้ที่เรียกว่า SECI Model ของ Ikujiro Nonaka เริ่มได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เป็นยุคที่กล่าวได้ว่าเริ่มมีกระบวนการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบโดยมุ่งเน้นให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยให้คนติดต่อกันสะดวกมากขึ้น และในช่วงประมาณปี ค.ศ. 1995-2001 การจัดการความรู้เริ่มเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้น บางองค์กรมีการแต่งตั้งตำแหน่ง Chief Knowledge Officer (CKO) อย่างไรก็ตาม การจัดการความรู้โดยใช้ SECI Model ก็ยังมีข้อจำกัดในบางเรื่อง เนื่องจากแนวคิดที่ว่าความรู้เป็นสิ่งที่ซับซ้อนเกินกว่าจะ

จำแนกเป็น tacit knowledge และ explicit knowledge อย่างชัดเจน และการเปลี่ยนรูปของความรู้ อาจทำให้เกิดการสูญเสียบริบทที่สำคัญของความรู้ได้ ดังนั้น การจัดการความรู้ให้ได้ผลดีจึงต้องมีการผสมผสานความรู้ทั้ง 2 ประเภทในช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยความรู้ต้องไม่อยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมากเกินไปแต่ต้องสมดุล จึงเป็นที่มาของการจัดการความรู้ในยุคที่ 3

ยุคที่ 3 การจัดการความรู้ในยุคนี้มองว่าความรู้เป็นเรื่องที่ซับซ้อน ยากที่จะจัดเป็นระบบที่แน่นอน หรือแบ่งแยกเป็นความรู้โดยนัย (tacit knowledge) และ ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) ได้อย่างชัดเจน มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป ดังนั้น จึงต้องอาศัยหลักธรรมชาติและระบบซับซ้อน (complex adaptive systems) มาใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งการจัดการความรู้ในแนวคิดนี้จะไม่สามารถอธิบายได้โดยใช้ระบบเหตุและผลอย่างเต็มที่ วัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้ในยุคนี้ คือ เพื่อพัฒนาประสิทธิผลของการตัดสินใจ และการสร้างนวัตกรรมมากกว่าการมุ่งเน้นด้านประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว โดยให้ความสำคัญกับพฤติกรรมมนุษย์ และเชื่อว่าความรู้และการแบ่งปันความรู้จะเกิดขึ้น ได้ดีเมื่อผู้ให้ความรู้สมัครใจที่จะแบ่งปันให้กับผู้อื่นเท่านั้น ไม่สามารถบังคับให้มีการแบ่งปันได้ เพราะแม้จะบังคับก็จะทำให้การถ่ายทอดหรือแบ่งปันความรู้เป็นไปอย่างไร้ประโยชน์ เนื่องจากความรู้ที่นำมาถ่ายทอดจะเป็นความรู้ที่ไม่สมบูรณ์ หรือไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

2.2 ความหมายของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ หรือ Knowledge Management มีชื่อย่อว่า KM นักวิชาการไทยหลายท่านได้บัญญัติคำศัพท์เรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น การจัดการความรู้ การบริหารความรู้ การบริหารจัดการความรู้ เป็นต้น โดยงานวิจัยนี้จะเลือกใช้คำว่า “การจัดการความรู้” ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันมากที่สุด และสำหรับความหมายของการจัดการความรู้ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของการจัดการความรู้แตกต่างกันออกไป ดังนี้

Davenport and Prusak (1998) กล่าวว่า การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ และการพัฒนาทรัพย์สินทางความรู้ขององค์กร โดยพิจารณาจากจุดมุ่งหมายขององค์กร ความรู้ที่นำมาจัดการนั้นประกอบด้วย ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) และความรู้โดยนัย (tacit knowledge) ซึ่งการจัดการความรู้จะเกี่ยวข้องข้องกับกระบวนการทางสังคม จากการระบุนความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการสร้างความรู้ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยระบบของการสร้างและการเก็บรักษาความรู้ รวมถึงการอบรมและการอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ และการให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการจัดการความรู้จะต้องมองความรู้เปรียบเสมือนทรัพย์สิน และสร้างบรรทัดฐานและคุณค่าของการพัฒนาองค์กร ด้วยการสนับสนุนการสร้างและการแบ่งปันความรู้

Wiig (1997 อ้างถึงใน บุญส่ง หาญพานิช, 2546) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นระบบที่ชัดเจนและรอบคอบในการสร้าง การให้รางวัล และการนำความรู้ไปใช้ เพื่อให้องค์กรได้รับผลตอบแทนสูงสุดจากสินทรัพย์ความรู้ขององค์กร

O'Dell & Grayson (1998 อ้างถึงใน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ในการที่จะทำให้คนได้รับความรู้ที่ต้องการภายในเวลาที่เหมาะสม รวมทั้งช่วยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและนำความรู้ไปปฏิบัติ เพื่อยกระดับและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ การจัดการความรู้ไม่ใช่เครื่องมือที่จัดการกับตัวของการความรู้โดยตรง แต่เป็นวิธีการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนความรู้ที่มีระหว่างกันได้

Kucza (2001) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ โดยทั่วไปจะระบุถึงสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการ และการปรับปรุงกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการเหล่านั้น

Arthur Anderson Business Consulting (2001 อ้างถึงใน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นการสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรรวบรวม ค้นหา แลกเปลี่ยนความรู้ และนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กร โดยเขียนเป็นสมการดังนี้ $ความรู้ = (คน + ระบบสารสนเทศในการรวบรวมและเผยแพร่ความรู้) \times การแลกเปลี่ยนเรียนรู้$

วิจารณ์ พานิช (2546) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยถ้อยคำสั้น ๆ ได้ ต้องให้นิยามหลายข้อ จึงจะครอบคลุมความหมาย ซึ่งได้แก่

การจัดการความรู้ มีความหมายรวมถึง การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้

การจัดการความรู้ เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ถ้าไม่มีการแบ่งปันความรู้ ความพยายามในการจัดการความรู้จะไม่ประสบความสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กรเกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิธีปฏิบัติ มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ ประเด็นด้านวัฒนธรรมและสังคมมีความสำคัญยิ่งต่อการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ ต้องการผู้ทรงความรู้ความสามารถในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งสำหรับช่วยแนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้น กิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนเก่งและดี การพัฒนาคน การติดตามความก้าวหน้าของคน และการดึงคนมีความรู้ความสามารถไว้ในองค์กรถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้แก่องค์กร การประเมินต้นทุนทางปัญญา (intellectual capital) และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ เป็นดัชนีบอกว่างค์กรมีการจัดการความรู้ได้อย่างได้ผลหรือไม่

พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547) กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล เพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการของการนำทรัพย์สินทางความรู้ขององค์กรมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นระบบ โดยการสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีการแสวงหาและสร้างความรู้ ประมวลความรู้ แบ่งปันความรู้ และนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานและผลผลิตขององค์กร

2.3 เป้าหมายของการจัดการความรู้

องค์กรจำนวนมากประสบปัญหาในเรื่องของการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องในการรักษาจุดแข็งหรือความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรให้ดำรงอยู่ในองค์กรอย่างถาวร การพัฒนาองค์กรส่วนใหญ่มักขึ้นอยู่กับบุคคลบางกลุ่มเท่านั้น และเมื่อกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์กรเหล่านี้ได้ออกจากองค์กรไปไม่ว่าจะเป็นด้วยเหตุผลประการใดก็ตาม ความรู้และความเชี่ยวชาญต่าง ๆ ที่เคยเป็นส่วนที่สร้างความแข็งแกร่งขององค์กรมักจะหายไปพร้อมกับบุคคลกลุ่มดังกล่าวด้วย ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้เนื่องจากองค์กรไม่สามารถเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่ในบุคลากร (personal knowledge) ให้กลายมาเป็นความรู้ขององค์กร (organizational knowledge) ที่สามารถถ่ายทอดให้กับบุคลากรอื่นในองค์กรได้ (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2549) ดังนั้น การจัดการความรู้จึงมีบทบาทสำคัญเพื่อยกระดับองค์กรให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้โดยไม่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับบุคคลบางกลุ่มเท่านั้น โดยการจัดการความรู้มีเป้าหมายหลักที่สำคัญ 3 ประการ (วิจารณ์ พานิช, 2547; วันทนา เมืองจันทร์ 2548) ดังนี้

1) เพื่อพัฒนาคน เป็นการพัฒนาให้ผู้ปฏิบัติงานมีการเรียนรู้ จนเกิดทักษะ ความสามารถในการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น มีความคิดที่หลากหลาย สร้างสรรค์ และรวดเร็ว รวมทั้งพร้อมที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองให้สูงขึ้นอยู่เสมอ

2) เพื่อพัฒนางาน จากการศึกษาที่คืบคลานของผู้ปฏิบัติงาน จะส่งผลให้งานมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งประหยัดเวลาและงบประมาณในการปฏิบัติ รวมทั้งเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และมีการสร้างงานที่ดียิ่งขึ้น

3) เพื่อพัฒนาฐานความรู้ขององค์กร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรให้สูงขึ้น มีช่องทางในการแสวงหาความรู้ที่หลากหลาย เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้

2.4 หลักของการจัดการความรู้

หลักของการจัดการความรู้ประกอบด้วย 11 ประการ (Stewart, 1997 อ้างถึงในบุญส่ง หาญพานิช, 2546; Davenport and Prusak, 1998; Tobin, 2003 อ้างถึงในบุญส่ง หาญพานิช, 2546) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ความรู้เป็นทรัพย์สินที่มีราคาแพง จึงควรมีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์อันสูงสุด

2) การจัดการความรู้เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์

3) การจัดการความรู้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการของงานที่เกี่ยวกับความรู้

4) มีการวางยุทธศาสตร์ที่มุ่งมั่นและชัดเจน

5) การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการผสมผสานกันระหว่างคนและเทคโนโลยี

6) องค์กรต้องมีการส่งเสริมการเรียนรู้และการทำงานเป็นทีม

7) ควรมีการบูรณาการการจัดการความรู้เข้าไปกับระบบที่มีอยู่ และดำเนินการให้เป็นไปอย่างเป็นธรรมชาติ

8) การจัดการความรู้จะต้องเกิดจากความสนใจและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ความรู้

9) การจัดการความรู้จะต้องมีผู้บริหารจัดการความรู้ ซึ่งมีหน้าที่รวบรวมและจัดหมวดหมู่ความรู้ จัดหาเทคโนโลยี ควบคุมการใช้ความรู้ บริการและจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ รวมทั้งการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ในองค์กร

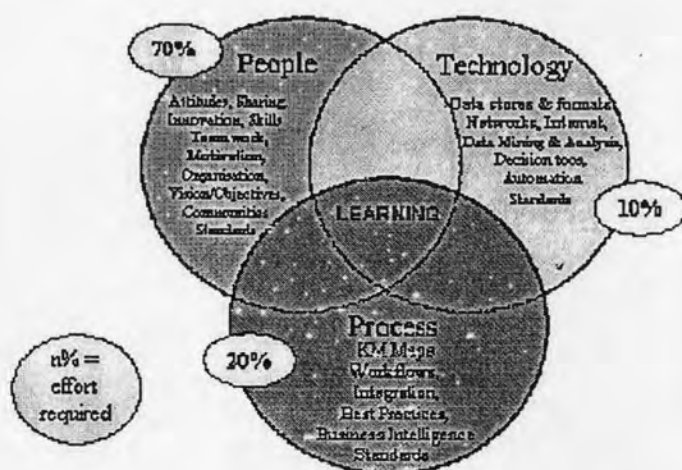
10) องค์กรจะต้องมีสัญญาทางความรู้ เพื่อให้แน่ใจว่าความรู้ที่ได้มานั้นได้ถูกยึดครองและเป็นลิขสิทธิ์ขององค์กร

11) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ไม่มีวันสิ้นสุด

2.5 องค์ประกอบของการจัดการความรู้

องค์ประกอบของการจัดการความรู้ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Singapore Productivity and Standards Board, 2001 อ้างถึงใน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547; National electronic library for health, 2003) โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 2.4 องค์ประกอบของการจัดการความรู้



ที่มา: Bhatt (2000)

1) คน (people) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งความรู้และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ คนเป็นผู้รับวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งรวมทั้งการให้คุณค่าและพฤติกรรม โดยที่คนจะเป็นสิ่งแรกที่จะถูกพิจารณาในการจัดการความรู้

2) เทคโนโลยี (technology) เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้ได้อย่างง่ายและรวดเร็วขึ้น บ่อยครั้งที่เข้าใจกันผิดว่าเทคโนโลยีเป็นตัวหลักในการจัดการความรู้ แท้ที่จริงแล้วเทคโนโลยีสามารถทำให้จัดการความรู้ได้โดยการเชื่อมต่อกับคนและสารสนเทศเท่านั้น แต่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ได้ เทคโนโลยีจะมีความสำคัญมากหากนำมาใช้กับคนและกระบวนการ ได้อย่างเหมาะสม

3) กระบวนการความรู้ (knowledge process) เป็นการบริหารจัดการเพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ หรือเป็นการแบ่งปันความรู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงและนวัตกรรม ซึ่งบ่อยครั้งที่องค์กรจะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่เส้นทางของกระบวนการเหล่านั้น

โดยองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการอย่างสมดุล

2.6 กระบวนการของการจัดการความรู้

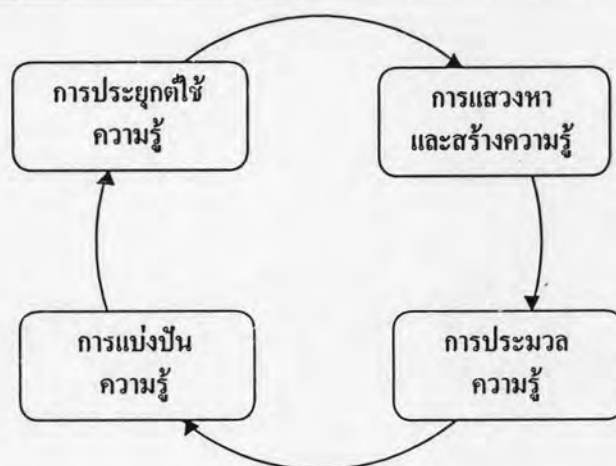
นักวิชาการหลายท่านได้เสนอขั้นตอนของกระบวนการของการจัดการความรู้เพื่อช่วยให้องค์กรสามารถสร้างและจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลไว้หลากหลาย ดังนี้

ตารางที่ 2.1 กระบวนการจัดการความรู้ตามแนวคิดของนักวิชาการ

	Wiig (1993)	Marquardt (1996)	O'Dell (1998)	Probst et al. (2000)	Kucza (2001)	สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (2546)	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2547)
การระบุความรู้ (knowledge identification)				✓	✓	✓	✓
การแสวงหาความรู้ (knowledge acquisition)		✓		✓		✓	✓
การสร้างความรู้ใหม่ (knowledge creation)	✓	✓	✓		✓	✓	✓
การวิเคราะห์และสังเคราะห์ความรู้ (knowledge analysis/synthesis)						✓	
การสะสม/จัดเก็บ/ประมวลความรู้ (knowledge collection/storage/organization/codification)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การค้นคืนความรู้ (knowledge s retrieval)		✓					
การเลือกใช้ความรู้ (knowledge pull)					✓		✓
การป้อนความรู้ (knowledge push)					✓		✓
การถ่ายทอด/แบ่งปัน/กระจายความรู้ (knowledge transfer/sharing/distribute)	✓	✓	✓	✓		✓	✓
การเรียนรู้และนำไปประยุกต์ใช้ (learning & knowledge application/utilization)	✓	✓		✓		✓	✓
ปรับปรุงความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ (knowledge development/update)				✓	✓		

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์กระบวนการของการจัดการความรู้ในภายองค์กร รวมถึงการพิจารณาใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกกระบวนการดังกล่าวที่มีนักวิชาการสนับสนุนตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนหลัก ๆ ของกระบวนการจัดการความรู้เป็น 4 ขั้นตอน ซึ่งเป็นวัฏจักร ที่ต่อเนื่องกัน โดยมีแผนภาพและมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

แผนภาพที่ 2.5 กระบวนการจัดการความรู้



ที่มา: ประยุกต์จากบุญส่ง หาญพานิช (2547)

1) การแสวงหาและสร้างความรู้ (knowledge acquisition and creation)

การแสวงหาความรู้เป็นการปรับใช้ความรู้โดยทั่วไป โดยความรู้สามารถแสวงหาได้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เช่น การฝึกอบรม การสัมมนา การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ สำหรับการสร้างรู้นั้นเป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ เกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ซึ่งทุกคนในองค์กรสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้ เช่น การเรียนรู้จากการปฏิบัติ การนำความรู้เดิมที่อยู่ผนวกกับความรู้ใหม่ที่ได้รับ การแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ การทดลอง การเรียนรู้จากอดีตที่ผ่านมา นอกจากนี้องค์กรอาจจะต้องพิจารณากำจัดความรู้ที่ไม่จำเป็นหรือล้าสมัยทิ้งไปเพื่อประหยัดทรัพยากร ในการจัดเก็บความรู้เหล่านั้น และจะต้องแสวงหาและพัฒนาความรู้ให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

ขั้นตอนแรกก่อนการแสวงหาความรู้ต้องระบุความรู้ก่อน เพื่อค้นหาว่าองค์กรมีความรู้ อะไรบ้าง ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และคัดเลือกว่าความรู้ อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมี โดยการประเมินคุณค่าของความรู้ว่ารู้นั้นมีประโยชน์และมีความสำคัญต่อองค์กรหรือไม่ เพื่อให้ทราบว่า องค์กรขาดความรู้ อะไรบ้าง ทำให้เห็นภาพรวมของคลังความรู้ขององค์กร นอกจากนี้องค์กรยัง ทราบว่ามีความรู้ที่ทับซ้อนกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ หรือไม่ ซึ่งก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองใน

การจัดเก็บและรวบรวม รวมทั้งยังใช้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ที่องค์กรสามารถใช้เป็นฐานในการต่อยอดขยายความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และใช้สำหรับศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง กระบวนการทำงานและการเคลื่อนย้ายแหล่งข้อมูลความรู้ต่อระบบต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อให้องค์กรวางขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยทั่วไปองค์กรสามารถใช้เครื่องมือที่เรียกว่า knowledge mapping หรือการทำแผนที่ความรู้ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547)

2) การประมวลความรู้ (codification knowledge)

วัตถุประสงค์ของการประมวลความรู้ คือ เพื่อจัดความรู้ในองค์กรให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ การจัดความรู้ให้เป็นระบบนั้น หมายถึง การจัดทำสารบัญ แยกแยะประเภทความรู้ออกเป็นหมวดหมู่ การจัดเก็บความรู้ประเภทต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบ มีความชัดเจน เพื่อให้การเก็บรวบรวม การค้นหา การนำมาใช้ทำได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญมากในขั้นตอนนี้ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการแบ่งหมวดหมู่ของความรู้จะขึ้นอยู่กับการใช้ความรู้ นั้น ๆ เช่น ถ้าเป็นความรู้ที่มีผู้ใช้มากและหลากหลาย การแบ่งจะครอบคลุมความรู้มากมายหลายประเภท แต่ถ้าเป็นความรู้ที่ใช้เฉพาะกลุ่ม การแบ่งจะไม่ครอบคลุมมากนัก แต่จะลงลึกในรายละเอียด (Singapore Productivity and Standards Board, 2001 อ้างถึงใน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547)

องค์กรที่ต้องการประสบความสำเร็จในการประมวลความรู้ ต้องอาศัยหลักการ 4 ประการ ดังนี้ (Davenport & Prusak, 1999)

- (1) ต้องตั้งเป้าหมายของการประมวลความรู้
- (2) ต้องสามารถแยกแยะความรู้ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการบรรลุเป้าหมายเหล่านั้น
- (3) ต้องประเมินค่าความรู้ในด้านของควมมีประโยชน์และความเหมาะสมสำหรับการประมวล

การประมวล

- (4) ต้องหาสื่อกลางที่เหมาะสมสำหรับการจัดเก็บและเผยแพร่ออกไป

โดยความสำคัญของการประมวลความรู้ นั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ของข้อมูล แต่อยู่ที่ว่าข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับองค์กรหรือไม่

3) การแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing)

หัวใจของการจัดการความรู้ที่สำคัญที่สุด คือ การแบ่งปันความรู้ไปสู่ผู้อื่นทั้งความรู้โดยนัย (tacit knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และสามารถทำให้ผู้อื่นนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ เนื่องจากองค์กรจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้มีแบ่งปันกันไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร ความรู้จะถูกแบ่งปันกันจากความตั้งใจ เช่น

การฝึกอบรม ข่าวสารในองค์กร หรือเกิดจากความไม่ตั้งใจ เช่น ประสบการณ์ในการทำงาน เรื่องราวต่าง ๆ ที่เล่าต่อกันมา เป็นต้น การแบ่งปันความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการกระทำ 2 อย่าง คือ การส่งออกไป (การส่งหรือการนำความรู้ไปให้ผู้รับ) และการซึมซับโดยคนหรือกลุ่มคนที่เป็นผู้รับนั้น ถ้าความรู้ไม่ถูกซึมซับ การแบ่งปันความรู้ก็ไม่เกิดขึ้น (Davenport and Prusak, 1998)

ความรู้โดยนัยซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคลนั้น ในการแบ่งปันความรู้ จะต้องทำการพบปะกันติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลเป็นสำคัญ สำหรับความรู้ที่ชัดเจนซึ่งสามารถจัดทำในรูปของเอกสาร หรือจัดทำฐานข้อมูล ซึ่งสามารถทำให้ผู้ใช้ความรู้เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการสืบค้นความรู้จากฐานข้อมูลที่จัดเก็บ แล้วกระจายสู่หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อการใช้งานได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น อินเทอร์เน็ต (internet) อินทราเน็ต (intranet) เป็นต้น

4) การประยุกต์ใช้ความรู้ (knowledge application)

วัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการจัดการความรู้ คือ การเรียนรู้ของบุคลากร และนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและปรับปรุงองค์กร เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพขององค์กรในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้มีคุณค่ามากขึ้น ดังนั้น ขั้นตอนนี้จึงมีความสำคัญยิ่ง เพราะถึงแม้องค์กรจะมีวิธีการในการกำหนด รวบรวม คัดเลือก ถ่ายทอด และแบ่งปันความรู้ที่ดีเพียงใดก็ตาม หากบุคลากรไม่ได้เรียนรู้และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือไม่สามรถก่อให้เกิดความคิดใหม่ได้ ก็เป็นการสูญเปล่าของเวลาและทรัพยากรที่ใช้ โดยองค์กรจะต้องกระตุ้นและสร้างบรรยากาศที่ทำให้บุคลากรทุกคนกล้าคิด กล้าทำ กล้าลองผิดลองถูก โดยผู้บริหารจะต้องยอมรับผลลัพธ์ที่จะออกมา ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จหรือความล้มเหลว เพราะกระบวนการเรียนรู้มิได้ขึ้นอยู่กับผลลัพธ์ แต่มาจากประสบการณ์ที่ได้รับในการลองนำความรู้ที่ได้มาฝึกปฏิบัติ หากล้มเหลวก็จะไม่ผิดซ้ำสองอีก อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้จากการปฏิบัติจะต้องสอดคล้องกับทิศทางและค่านิยมขององค์กรด้วย (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547)

โดยธรรมชาติของคนทั่วไปที่มักจะไม่มีความเข้าใจและซึมซับความรู้ใหม่ได้ แต่ไม่เคยนำไปใช้ด้วยเหตุผลนานับประการ เช่น การไม่ให้ความเคารพนับถือเชื่อใจแหล่งที่มาของความรู้ ความขี้เกียจ การไม่มีเวลา ไม่มีโอกาส หรือการไม่ชอบเสี่ยง เป็นต้น จึงทำให้ในบางครั้งการมีความรู้ อาจไม่ได้เป็นลักษณะเดียวกันกับการกระทำ

2.7 นักจัดการความรู้

การจัดการความรู้นั้นเป็นหน้าที่ของทุกคนในองค์กร แต่ถึงกระนั้นการจัดการความรู้นั้นจะประสบความสำเร็จไปไม่ได้ถ้าหากไม่มีบุคลากรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นผู้รับผิดชอบดูแลเป็นพิเศษ ที่คอยทำหน้าที่ดึงเองความรู้ของคนเหล่านั้นออกมาจัดการอย่างเป็นระบบ และคอยอำนวยความสะดวกเครือข่ายความรู้ รวมทั้งทำหน้าที่ติดตั้งเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการจัดการความรู้

นักจัดการความรู้เป็นกลุ่มบุคคลในองค์กรที่ทำงาน โดยใช้ความรู้และข้อมูลสารสนเทศในการพัฒนางานที่ทำให้มีความเจริญงอกงาม ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในเชื่อมโยงบุคคลความรู้ และสถาบันเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสม มีหน้าที่กระตุ้น ให้คำแนะนำ ประสานงาน อำนวยความสะดวกในทุกกระบวนการของการจัดการความรู้ เพื่อให้การดำเนินงานจัดการความรู้เป็นไปอย่างมีระบบ และทำให้องค์กรได้รับประโยชน์จากความรู้ที่มีประสิทธิผล (Davenport & Prusak, 1999, Ducker, 2001; Goupil, 2001 อ้างถึงใน บุญส่ง หาญพานิช, 2547) ผู้ที่ทำหน้าที่จัดการความรู้จึงมักเป็นผู้ที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และเชี่ยวชาญในงานที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้

หัวใจของการจัดการความรู้ที่สำคัญที่สุด คือ การแบ่งปันความรู้ร่วมกับผู้อื่นผ่านการทำงานร่วมกัน ทั้งที่เป็นความรู้โดยนัย (tacit knowledge) และความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) เนื่องจากการแบ่งปันความรู้จะทำให้เกิดการขับเคลื่อนความรู้ภายในองค์กร ทำให้บุคลากรภายในองค์กรเกิดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความรู้ขององค์กรเพิ่มมากขึ้น

3.1 ความหมายของการแบ่งปันความรู้

การแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing)

การแบ่งปันความรู้ หรือ knowledge sharing อาจเขียนโดยย่อว่า KS ในปัจจุบันนี้ การแบ่งปันความรู้ยังไม่มีทฤษฎีมารองรับไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้การนิยามความหมายของการแบ่งปันความรู้ของนักวิชาการแต่ละท่านจึงแตกต่างกันออกไป (Christensen, 2003) ดังนี้

Grant (1996) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของการสร้างประสิทธิภาพขององค์กรให้มีความเข้มแข็งโดยการนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการนำมาแบ่งปันกันโดยพนักงานในองค์กร

Chkravarthy and Zaheer (1999) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของหน่วยงานในองค์กรทำการเข้าถึงความรู้ที่เป็นประโยชน์ของหน่วยงานอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร

Hansen (1999) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของการสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งกับหน่วยงานอื่น

KÖhne et al. (1999) ใต้นิยาม การแบ่งปันความรู้/การถ่ายทอดความรู้ ว่าเป็น การแลกเปลี่ยนความรู้โดยนัย และ/หรือ ความรู้ที่ชัดเจนระหว่างบุคคล กลุ่ม และแผนกภายในองค์กร ซึ่งความรู้ที่ได้จะนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน และทำให้สามารถปฏิบัติงานไปพร้อมกับการตีความในสารสนเทศเหล่านั้นได้ดี

Gupta and Govindarajan (2000) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการของการกำหนดความรู้ การนำความรู้ออก การถ่ายทอดความรู้ และการนำความรู้เข้า ซึ่งเกิดขึ้นภายในองค์กร

Connelly and Kelloway (2001) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้ เป็นกลุ่มของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือช่วยเหลือซึ่งกัน

Bock and Kim (2002) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้เป็นการถ่ายทอดความรู้ หรือ การกระจายความรู้ของความรู้ส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

Ryu (2003) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้ หมายถึง กิจกรรมของการถ่ายทอดหรือกระจายความรู้จากบุคคล/กลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคล/กลุ่มบุคคลหนึ่งภายในองค์กร หรือระหว่างองค์กร

Australian Development Gateway (2005) กล่าวว่า การแบ่งปันความรู้ หมายถึง การจับสารสนเทศจากงานวิจัยหรือประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันทั้ง 2 ฝ่าย รวมถึงการเก็บข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะซึ่งเข้าถึงได้โดยง่าย และการถ่ายทอดและการกระจายความรู้

ดังนั้น จากนิยามข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การแบ่งปันความรู้ หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ หรือการกระจายความรู้ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทำให้เกิดการเรียนรู้ และใช้ความรู้ร่วมกันจากการปฏิบัติงาน สามารถพัฒนาเป็นความรู้ใหม่หรือนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ทั้งนี้ จากนิยามของการแบ่งปันความรู้ข้างต้นจะเห็นได้ว่า การแบ่งปันความรู้มีความเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ และการกระจายความรู้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอคำนิยามของคำศัพท์ดังกล่าวเพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของทั้ง 3 คำศัพท์ ดังนี้

1) การถ่ายทอดความรู้ (knowledge transferring)

คำนิยามของการถ่ายทอดความรู้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Davenport and Prusak (1998) กล่าวว่า กระบวนการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวข้องกับกิจกรรม 2 กิจกรรม คือ การถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้รับ และการที่ผู้รับสามารถซึมซับความรู้แล้วนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือการพัฒนาความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้น

Mckenzie (2002) กล่าวว่า การถ่ายทอดความรู้ เป็นการส่งผ่านความรู้จากบุคคลหนึ่ง ไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง โดยผู้ที่ส่งผ่านรู้นั้นมิได้รับผลประโยชน์หรือเกิดการเรียนรู้จากการถ่ายทอดรู้นั้น

Jasimuddin (2005) กล่าวว่า การถ่ายทอดความรู้ เป็นกระบวนการที่ความรู้ของบุคคลหนึ่งได้รับจากอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งหัวใจของการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวข้องกับ บุคคลที่จะได้รับการถ่ายทอดความรู้ (บุคคล) ความรู้ที่จะถูกถ่ายทอด (เนื้อหา) และทำอะไรจึงจะทำให้การถ่ายทอดความรู้มีประสิทธิภาพมากที่สุด (อุปกรณ์)

ดังนั้น จากนิยามข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การถ่ายทอดความรู้ หมายถึง การส่งผ่านความรู้ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อให้ผู้รับความรู้ได้เกิดการเรียนรู้ และซึมซับรู้นั้น และสามารถพัฒนาเป็นความรู้ใหม่หรือนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อการปฏิบัติงานได้

2) การแลกเปลี่ยนความรู้ (knowledge exchange)

คำนิยามของการแลกเปลี่ยนความรู้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Orr and Higgins (2000) กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารในระดับสูงซึ่งจะนำมาสู่การร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

Mckenzie (2002) กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนความรู้ หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ซึ่งเป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันในความสัมพันธ์แบบสองทาง โดยเจ้าของรู้นั้นยังคงรักษาความรู้ของตนเอาไว้ รวมถึงการมีโอกาสที่จะได้รับความรู้เพิ่มเติมอีกด้วย

Australian Biosecurity CRC (2003) กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนความรู้เป็นกระบวนการของการร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกัน โดยมีปฏิสัมพันธ์กันแบบสองทาง

ดังนั้น จากนิยามข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การแลกเปลี่ยนความรู้ หมายถึง การถ่ายทอด ความรู้ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากความร่วมมือในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยการติดต่อ สื่อสารกันแบบสองทาง ซึ่งทำให้แต่ละฝ่ายได้รับความรู้เพิ่มขึ้นและเกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

3) การกระจายความรู้ (knowledge distribution)

ค่านิยมของการแลกเปลี่ยนความรู้ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้คำจำกัดความไว้ ดังนี้

Steik (2002) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เป็นการแบ่งปันความรู้ที่ชัดเจน

Zhao (2002) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เป็นการส่งผ่านสารสนเทศที่เชื่อถือได้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร

Coverdale and Grave (2003) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เป็นกระบวนการที่ใช้ กลุ่มคนเป็นฐาน นั้นหมายความว่า การกระจายความรู้ จะต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดโครงสร้างของกิจกรรมทางความรู้ภายใน องค์กรที่สมบูรณ์และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการใช้กระบวนการทางสังคมผ่านรูปแบบการมี ปฏิสัมพันธ์กันภายในองค์กร โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุน

Shin (2003) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง แหล่งความรู้ และผู้รับ โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะสามารถลดช่องว่างระหว่างแหล่งความรู้และ ผู้ใช้ได้

Daniel and Peter (2005) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เป็นสภาวะก่อนการสร้าง ความรู้ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ซึ่งจะต้องทราบว่าใครเป็นผู้มีความรู้ ใครต้องการความรู้ นั้น ๆ และ จะกระจายความรู้ได้อย่างไรจึงจะเหมาะสม

Simons (2003) กล่าวว่า การกระจายความรู้ เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเหล่านั้น รวมทั้งเป็น การดำเนินการเพื่อสร้างความรู้ใหม่ การค้นหาความรู้และการสื่อสาร ซึ่งมีใช่เป็นเพียงแค่การถ่ายโอน สารสนเทศเท่านั้น นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยใน การสื่อสารและการค้นหาความรู้ด้วย

ดังนั้น จากนิยามข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การกระจายความรู้ หมายถึง การส่งผ่าน ความรู้ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมโดยผ่านรูปแบบการมี ปฏิสัมพันธ์กันภายในองค์กรจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุน

3.2 หลักการของการแบ่งปันความรู้

Poufelt and Petersen (2005) กล่าวถึง หลักการ 6 ข้อของการแบ่งปันความรู้ว่าประกอบด้วย

1) การเก็บสะสมความรู้ (knowledge storing) เกี่ยวข้องกับการที่ความรู้สามารถค้นหาหรือเข้าถึงได้โดยง่าย เช่น จากอินเทอร์เน็ต หรือฐานข้อมูลต่าง ๆ แต่ทั้งนี้ เนื่องจากความรู้โดยนัย ซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ภายในตัวบุคคลอาจไม่สามารถบันทึกให้อยู่ในรูปของความรู้ที่ชัดเจนได้ทั้งหมด ดังนั้น การสื่อสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับจะทำให้ผู้รับเข้าใจถึงความรู้ได้มากยิ่งขึ้น

2) การกระจายความรู้ (knowledge distribution) เป็นการกระจายความรู้ไปสู่ผู้รับ โดยที่ผู้รับไม่จำเป็นต้องเข้าไปสืบค้นด้วยตนเอง อาจเนื่องมาจากเหตุผลต่าง ๆ เช่น การไม่มีเวลา หรือการไม่มีความสามารถในการสืบค้น เป็นต้น ทั้งนี้องค์กรควรมั่นใจว่าความรู้ดังกล่าวนั้นมี ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ

3) การจัดแสดงความรู้ (knowledge exposure) โดยทั่วไปแล้วภายในองค์กรจะมี ข้อมูลข่าวสารอยู่มากมายซึ่งโยงไปถึงความรู้ต่าง ๆ เช่น การตีพิมพ์เอกสาร หรือจัดแสดงรูปสินค้า เป็นต้น แต่ข้อมูลเหล่านี้ อาจทำให้เกิดคำถามมากมายจากผู้รับสื่อ ดังนั้น แทนที่จะเพียงแต่ตีพิมพ์เอกสาร องค์กรควรมีการเปิดห้องเพื่อจัดแสดงและอธิบายถึง โครงการต่าง ๆ เหล่านี้ด้วย

4) การถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) เกี่ยวข้องกับวิธีการในการศึกษา หรือเปรียบเสมือนการสร้างความรู้ใหม่ ในการส่งบุคลากรไปประชุม สัมมนา หรืออบรมความรู้ต่าง ๆ ควรมีการนำความรู้เหล่านั้นมาถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้รับทราบด้วย ทั้งนี้ ควรคำนึงถึงความรู้ ความสามารถในการเรื่องดังกล่าวของทั้งผู้ถ่ายทอดความรู้และผู้รับความรู้ด้วย

5) การแลกเปลี่ยนความรู้ (knowledge exchange) เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร โดยคำนึงถึงเวลาและสถานที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนความรู้เป็น หลักการที่สำคัญที่สุดของการแบ่งปันความรู้ จากการการพูดคุยกันระหว่างเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับ ภาระงาน ปัญหาต่าง ๆ หรือประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

6) การใช้ความรู้ร่วมกัน (knowledge collectivism) เกี่ยวข้องกับความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยเฉพาะเรื่องของความไว้วางใจกัน ซึ่งแสดงถึงการสร้างความสัมพันธ์และความปลอดภัย ของตนเองในการขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

3.3 ลักษณะของการแบ่งปันความรู้

การแบ่งปันความรู้มีทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550) และหากพิจารณาถึงประเภทของ ความรู้ที่ถูกนำมาแบ่งปันกันอาจเป็น ความรู้โดยนัย (tacit knowledge) หรือความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2549) หรือเมื่อพิจารณาถึงลักษณะของความรู้ ความรู้ที่ถูก นำมาแบ่งปันกัน อาจเป็นในเรื่องของความคิดเห็นและการคิด (opinion and thinking) ความคิดเห็น ใหม่ ๆ (new idea) วิธีการ (methodology) ความชำนาญ (expertise) หรือประสบการณ์ (experience) (Ngoc, 2004)

ในการที่จะทำให้บุคคลมีการแบ่งปันความรู้กันอย่างมีประสิทธิภาพนั้น องค์กรควรมี การจัดเวทีในการแบ่งปันความรู้กัน เพื่อให้ความรู้เกิดการสั่นไหวทั่วทั้งองค์กร โดยเฉพาะความรู้ โดยนัย ซึ่งเป็นความรู้ภายในองค์กรที่มีอยู่เป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถแบ่งเวทีแบ่งปันความรู้ ออกเป็น 2 ประเภท (โรงพยาบาลบ้านตาก, 2550) คือ

1) เวทีจริง (Reality) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบเผชิญหน้า (Face to Face) คือ เห็น หน้ากันจริง สัมผัสตัวจริงเสียงจริง เช่น การประชุม เวทีสัมมนา การเชื่อมสัมพันธ์ระหว่างสายงาน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ส่งผลต่อผู้ฟังและมีประสิทธิภาพมากที่สุด (สุวิทย์ บึงบัว, 2549)

2) เวทีเสมือนจริง (Virtual) เป็นการสื่อสารกันผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะไม่ได้สัมผัสตัวจริงกันแต่อาจเห็นภาพหรือได้ยินเสียงกันได้ผ่านทางเครื่องมือไฮเทค เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต เป็นต้น

สำหรับความรู้ที่ชัดเจน ซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ในรูปของสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษร เป็น ความรู้ที่ง่ายต่อการแบ่งปันกัน และสามารถแบ่งปันความรู้ได้เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดย สามารถแบ่งประเภทของสื่อได้ออกเป็น 2 ประเภท (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2546 และ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2550) คือ

1) สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งแสดงหรือจำแนก หรือเรียบเรียงสาระความรู้ โดยใช้ตัวหนังสือที่เป็นตัวเขียน หรือตัวพิมพ์เป็นสื่อ เพื่อแสดงความหมาย เช่น เอกสาร หนังสือ ตำรา หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จดหมายเหตุ บันทึกรายงาน วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์/สื่อเทคโนโลยี สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อใช้ควบคู่กับเครื่องมือไฮเทคอุปกรณ์ หรืออุปกรณ์ หรือกระบวนการที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น วิกิพีเดีย เทปบันทึกเสียง สไลด์ ซีดี บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน อินเทอร์เน็ต เป็นต้น



3.4 การวัดการแบ่งปันความรู้

การแบ่งปันความรู้สามารถเกิดขึ้นได้ระหว่างบุคคลมีทั้งรูปแบบตัวต่อตัวและแบบกลุ่ม สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Bircham, 2003) การแบ่งปันความรู้แบบเป็นทางการ หรือการแบ่งปันความรู้ที่เกิดจากความตั้งใจ เช่น การแลกเปลี่ยนเอกสาร คู่มือการทำงาน การฝึกอบรม การสัมมนา ข่าวสารในองค์กร เป็นต้น และการแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการ หรือการแบ่งปันความรู้ที่เกิดจากความไม่ตั้งใจ เช่น การถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงาน หรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เล่าต่อกันมาจากการพบปะกันในห้องน้ำดื่มหรือห้องอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ซึ่งจะต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือเครือข่ายทางสังคมในการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ ผู้วิจัยพบว่า การวัดการแบ่งปันความรู้ยังไม่มีข้อกำหนดไว้อย่างชัดเจน (Minbaeva & Mchailova, 2004) เนื่องจากการแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน และไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง (Willem, 2003; Lichtenstein, 2005) ดังนั้น การแบ่งปันความรู้จึงไม่จำเป็นที่จะต้องมีการสร้างของกระบวนการที่ชัดเจน ในทางตรงกันข้าม การแบ่งปันความรู้มักจะเกิดขึ้นอย่างไม่มีโครงสร้างและอาจเกิดขึ้นได้โดยบังเอิญ เพราะความรู้จะถูกถ่ายทอดออกไปภายในองค์กรไม่ว่าเราจะจัดการกับกระบวนการหรือไม่ก็ตาม (Davenport and Prusak, 1998; Christensen, 2003)

แต่อย่างไรก็ตาม Hansen & Avital (2005) ได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งปันความรู้สามารถพิจารณาได้จากพฤติกรรมของบุคคลที่ทำให้บุคคลอื่นสามารถเข้าถึงความรู้หรือประสบการณ์ของบุคคลนั้นได้ และนอกจากนี้ สุวรรณ วิริยะประยูร(2548) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing behavior) ถือเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่ทำให้องค์กรมีฐานความรู้ (knowledge - based) ที่มีคุณค่าและสามารถต่อยอดความรู้ใหม่ให้เกิดเพิ่มมากขึ้นจนเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรควรส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้และบริหารจัดการให้ปรากฏเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบ่งปันความรู้ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า โดยมีการวัดการแบ่งปันความรู้จากพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ด้วยเช่นกัน โดยแบ่งเป็นพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ในความรู้ประเภทต่าง ๆ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงพิจารณาวัดการแบ่งปันความรู้จากระดับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้จากการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษา จากประเภทของความรู้ทั้ง 2 ประเภท ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้โดยนัย และ 2) พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ที่ชัดเจน

ตอนที่ 4 มาตรฐานความรู้ของครู

คุรุสภา (2548) ได้กำหนดมาตรฐานความรู้ สาระความรู้และสมรรถนะของครู โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 มาตรฐานความรู้ สาระความรู้และสมรรถนะของครู

ความรู้พื้นฐาน	สาระความรู้	สมรรถนะของครู
1. ภาษาและเทคโนโลยีสำหรับครู	1. ภาษาไทยสำหรับครู 2. ภาษาอังกฤษหรือ ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ สำหรับครู 3. เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับครู	1. สามารถใช้ทักษะในการฟัง การพูด การอ่าน การเขียน ภาษาไทย เพื่อการสื่อความหมาย ได้อย่างถูกต้อง 2. สามารถใช้ทักษะในการฟัง การพูดการอ่าน การเขียน ภาษาอังกฤษ หรือภาษา ต่างประเทศ อื่น ๆ เพื่อการสื่อ ความหมาย ได้อย่างถูกต้อง 3. สามารถใช้คอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน
2. การพัฒนาหลักสูตร	1. ปรัชญา แนวคิดทฤษฎีการศึกษา 2. ประวัติความเป็นมาและระบบการจัดการ ศึกษาไทย 3. วิสัยทัศน์และแผนพัฒนาการศึกษาไทย 4. ทฤษฎีหลักสูตร 5. การพัฒนาหลักสูตร 6. มาตรฐานและมาตรฐานช่วงชั้นของ หลักสูตร 7. การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา 8. ปัญหาและแนวโน้มในการพัฒนาหลักสูตร	1. สามารถวิเคราะห์หลักสูตร 2. สามารถปรับปรุงและพัฒนา หลักสูตรได้อย่างหลากหลาย 3. สามารถประเมินหลักสูตรได้ ทั้งก่อนและหลังการใช้หลักสูตร 4. สามารถจัดทำหลักสูตร

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) มาตรฐานความรู้ สาระความรู้และสมรรถนะของครู

ความรู้พื้นฐาน	สาระความรู้	สมรรถนะของครู
3. การจัดการเรียนรู้	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทฤษฎีการเรียนรู้และการสอน 2. รูปแบบการเรียนรู้และการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน 3. การออกแบบและการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ 4. การบูรณาการเนื้อหาในกลุ่มสาระการเรียนรู้ 5. การบูรณาการการเรียนรู้แบบ เรียนรวม 6. เทคนิค และวิทยาการจัดการ เรียนรู้ 7. การใช้และการผลิตสื่อและการพัฒนานวัตกรรมในการเรียนรู้ 8. การจัดการเรียนรู้แบบยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ 9. การประเมินผลการเรียนรู้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถนำประมวลรายวิชามาจัดทำแผนการเรียนรู้รายภาค และตลอดภาค 2. สามารถออกแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับวัยของผู้เรียน 3. สามารถเลือกใช้ พัฒนาและสร้างสื่ออุปกรณ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน 4. สามารถจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนและจำแนกระดับการเรียนรู้ของผู้เรียนจากการประเมินผล
4. จิตวิทยาสำหรับครู	<ol style="list-style-type: none"> 1. จิตวิทยาพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการมนุษย์ 2. จิตวิทยาการศึกษา 3. จิตวิทยาการแนะแนวและ ให้คำปรึกษา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าใจธรรมชาติของผู้เรียน 2. สามารถช่วยเหลือผู้เรียนให้เรียนรู้และพัฒนาได้ตามศักยภาพของตน 3. สามารถให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้เรียนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 4. สามารถส่งเสริมความถนัดและความสนใจของผู้เรียน
5. การวัดและประเมินผลการศึกษา	<ol style="list-style-type: none"> 1. หลักการและเทคนิคการวัดและประเมินผลทางการศึกษา 2. การสร้างและการใช้เครื่องมือวัดผลและประเมินผลการศึกษา 3. การประเมินตามสภาพจริง 4. การประเมินจากแฟ้มสะสมงาน 5. การประเมินภาคปฏิบัติ 6. การประเมินผลแบบย่อยและแบบรวม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถวัดและประเมินผลได้ตามสภาพความเป็นจริง 2. สามารถนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้และหลักสูตร

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) มาตรฐานความรู้ สาระความรู้และสมรรถนะของครู

ความรู้พื้นฐาน	สาระความรู้	สมรรถนะของครู
6. การบริหารจัดการ จัดการ ในห้องเรียน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทฤษฎีและหลักการบริหารจัดการ 2. ภาวะผู้นำทางการศึกษา 3. การคิดอย่างเป็นระบบ 4. การเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กร 5. มนุษยสัมพันธ์ในองค์กร 6. การติดต่อสื่อสารในองค์กร 7. การบริหารจัดการชั้นเรียน 8. การประกันคุณภาพการศึกษา 9. การทำงานเป็นทีม 10. การจัดทำโครงการทางวิชาการ 11. การจัดโครงการฝึกอาชีพ 12. การจัดโครงการและกิจกรรม เพื่อพัฒนา 13. การจัดระบบสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการ 14. การศึกษาเพื่อพัฒนาชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีภาวะผู้นำ 2. สามารถบริหารจัดการในชั้นเรียน 3. สามารถสื่อสารได้อย่างมีคุณภาพ 4. สามารถในการประสานประโยชน์ 5. สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการ
7. การวิจัยทาง การศึกษา	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทฤษฎีการวิจัย 2. รูปแบบการวิจัย 3. การออกแบบการวิจัย 4. กระบวนการวิจัย 5. สถิติเพื่อการวิจัย 6. การวิจัยในชั้นเรียน 7. การฝึกปฏิบัติการวิจัย 8. การนำเสนอผลงานวิจัย 9. การค้นคว้า ศึกษางานวิจัยในการ พัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้ 10. การใช้กระบวนการวิจัยในการ แก้ปัญหา 11. การเสนอโครงการเพื่อทำวิจัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ ในการจัดการเรียนการสอน 2. สามารถทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียน การสอนและพัฒนาผู้เรียน

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) มาตรฐานความรู้ สาระความรู้และสมรรถนะของครู

ความรู้พื้นฐาน	สาระความรู้	สมรรถนะของครู
8. นวัตกรรมและเทคโนโลยี สารสนเทศ ทางการศึกษา	1. แนวคิด ทฤษฎี เทคโนโลยี และ นวัตกรรมการศึกษาที่ส่งเสริม การพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ 2. เทคโนโลยีและสารสนเทศ 3. การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการใช้ นวัตกรรมเทคโนโลยีและสารสนเทศ 4. แหล่งการเรียนรู้และเครือข่าย การเรียนรู้ 5. การออกแบบ การสร้าง การนำไปใช้ การประเมินและการปรับปรุง นวัตกรรม	1. สามารถเลือกใช้ ออกแบบ สร้างและปรับปรุงนวัตกรรม เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ดี 2. สามารถพัฒนาเทคโนโลยีและ สารสนเทศเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการ เรียนรู้ที่ดี 3. สามารถแสวงหาแหล่งเรียนรู้ ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ของผู้เรียน
9. ความเป็นครู	1. ความสำคัญของวิชาชีพครู บทบาท หน้าที่ ภาระงานของครู 2. พัฒนาการของวิชาชีพครู 3. คุณลักษณะของครูที่ดี 4. การสร้างทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพครู 5. การเสริมสร้างศักยภาพและ สมรรถภาพความเป็นครู 6. การเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และการเป็นผู้นำทางวิชาการ 7. เกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพครู 8. จรรยาบรรณของวิชาชีพครู 9. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา	1. รัก เมตตา และปรารถนาดีต่อผู้เรียน 2. อุดมและรับผิดชอบ 3. เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้และเป็น ผู้นำทางวิชาการ 4. มีวิสัยทัศน์ 5. ศรัทธาในวิชาชีพครู 6. ปฏิบัติตามจรรยาบรรณของ วิชาชีพครู

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการแบ่งปันความรู้ คือ การคิดหายุทธวิธี หรือแรงจูงใจต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรเกิดการแบ่งปันความรู้กันอย่างไม่ตั้งใจ ให้เป็นไปตามธรรมชาติของการทำงาน รวมทั้งการอำนวยความสะดวกให้แก่บุคลากรเพื่อให้การแบ่งปันความรู้เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น Ngoc (2004) ได้กล่าวว่า ในการขับเคลื่อนให้การแบ่งปันความรู้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องอาศัยทั้งปัจจัยภายนอกซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กร และปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่จะสร้างให้เกิดการในการแบ่งปันความรู้ให้เกิดขึ้นด้วยพร้อมกัน ด้วยเหตุนี้ นักวิชาการหลายท่านจึงให้ความสนใจในการศึกษาปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ตามลักษณะองค์กรต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Davenport & Prusak (1998) กล่าวว่า องค์กรจะต้องมียุทธวิธีสำคัญบางประการสำหรับกระตุ้นให้พนักงานในองค์กรเกิดการแบ่งปันกัน เช่น ทักษะคติของผู้นำ การจัดสรรเทคโนโลยี รวมถึงการให้พนักงานเรียนรู้เทคโนโลยีสำหรับการใช้ในการแบ่งปันความรู้ การจัดสรรสถานที่และโอกาสสำหรับการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดใหม่ ๆ ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของผู้ถ่ายทอดความรู้ ความสามารถในการซึมซับความรู้ รวมทั้งวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งมีปัจจัยทางวัฒนธรรมองค์กรหลายประการที่ขัดขวางกระบวนการแบ่งปันความรู้เอาไว้ ทำให้การแบ่งปันความรู้ช้าลง หรือบางครั้งทำให้ความรู้บางอย่างหล่นหายไป โดยตัวขัดขวางการแบ่งปันความรู้และวิธีแก้ไขที่พบเห็นโดยทั่วไป ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ตัวขัดขวางการแบ่งปันความรู้และวิธีแก้ไข

ตัวขัดขวาง	วิธีแก้ไข
1. ขาดความไว้วางใจ	สร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจด้วยการจัดประชุมแบบพบปะกันจริง
2. ความคิดแยกทางวัฒนธรรม คำศัพท์ และกรอบอ้างอิง	สร้างพื้นฐานร่วมกันด้วยการให้การศึกษา การหารือ การทำงานเป็นทีม และการสลับสับเปลี่ยนงาน
3. ไม่มีเวลาและที่พบปะกัน	หาเวลากับสถานที่สำหรับการถ่ายทอดความรู้ เช่น จัดงาน จัดห้องสนทนา ทำรายงานการประชุม
4. เจ้าของความรู้ได้ตำแหน่ง	ประเมินผลงานและมอบรางวัลแก่คนที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้เป็นเกณฑ์
5. คนรับไร้ความสามารถในการซึมซับความรู้	สอนให้บุคลากรมีความยืดหยุ่น ให้เวลาได้เรียนรู้ จ้างคนที่เปิดรับความคิดใหม่ได้
6. ความเชื่อที่ความรู้เป็นสิ่งพิเศษสำหรับคนบางกลุ่มเท่านั้น	สร้างวิธีการเข้าถึงความรู้แบบไม่เรียงลำดับจากบนลงล่าง ซึ่งให้เห็นว่าคุณค่าของความรู้สำคัญกว่าสถานะของคนที่แหล่งความรู้
7. ไม่อดทนต่อความผิดพลาดหรือไม่ชอบขอความช่วยเหลือ	ยอมรับและให้รางวัลแก่ความผิดพลาดที่สร้างสรรค์ และการชอบทำงานร่วมกัน คนที่ไม่รู้อะไรเลยก็ไม่จำเป็นต้องเสียตำแหน่งหรือสถานะของตนเองไป

Swart and Wild (2000) ได้ศึกษาสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถของบุคคลภายในองค์กรในการแบ่งปันความรู้ จากการทำการวิจัยกับลูกค้า สํารวจและสัมภาษณ์กลุ่มกับพนักงานในบริษัท Global Publishing Inc. ในประเทศอังกฤษ จำนวน 450 คน จากการศึกษาพบว่าสามารถแบ่งออกเป็นปัจจัยต่าง ๆ 4 ด้าน ได้แก่

1) ด้านการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น (Working with People) เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทางด้านสังคม รวมทั้งความรู้และทักษะในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงานและหัวหน้า

2) ด้านการบริหารการปฏิบัติงาน (Management of Work) เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทางด้านโครงสร้าง รวมทั้งความรู้และทักษะที่ใช้ในการวางแผน จัดการ บริหาร และการควบคุมทรัพยากรเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรและความพึงพอใจของลูกค้า

3) ด้านประสิทธิภาพของบุคคล (Personal Effectiveness) เกี่ยวข้องกับสมรรถนะทางด้านบุคคล รวมทั้งความรู้และทักษะที่ใช้จัดการตนเองเพื่อสร้างความมั่นใจในตนเองและการควบคุมตนเอง ซึ่งหมายถึงการปรับเปลี่ยนและเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ การสร้างแรงจูงใจและยอมรับผลที่เกิดขึ้น

4) ด้านความรู้และประสบการณ์ (Job Knowledge and Experience) เกี่ยวข้องกับสมรรถนะเฉพาะของบุคคล รวมทั้งความรู้และทักษะที่ใช้ในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล

Gibbert and Krause (2002) อ้างถึงใน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2547) ได้ศึกษาการแบ่งปันความรู้ในองค์กร พบว่า องค์กรส่วนใหญ่ไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้ได้อย่างทั่วถึง สาเหตุเนื่องมาจากอุปสรรคต่าง ๆ รายละเอียดดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 ประเภทของอุปสรรคและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในองค์กร

ประเภทของอุปสรรค	อุปสรรค
1. ตัวบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> - มีทัศนคติที่ว่าความรู้คืออำนาจ - ไม่ทราบว่ามีประโยชน์กับคนอื่นหรือไม่ - ไม่ทราบที่คนอื่นไม่รู้สิ่งที่คุณเองรู้ - ไม่เห็นประโยชน์ ไม่มีแรงจูงใจของการแลกเปลี่ยนความรู้ - ไม่มีเวลาและความมุ่งมั่นเพียงพอในการเรียนรู้จากผู้อื่น - ไม่มีความสัมพันธ์หรือความคุ้นเคยเพียงพอกับบุคคลที่ต้องการแบ่งปันความรู้ด้วย (ยังไม่ไว้วางใจ)
2. ส่วนรวม/โครงสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - ยังไม่มีกระบวนการในการแบ่งปันความรู้ที่เป็นระบบ - ผู้บริหาร ไม่ให้การสนับสนุน - ระบบสารสนเทศไม่เอื้อ - ยังไม่มีระบบการยกย่องชมเชยหรือให้รางวัลแก่ผู้ที่แบ่งปันความรู้ให้ผู้อื่น

ตารางที่ 2.4 (ต่อ) ประเภทของอุปสรรคและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในองค์กร

ประเภทของอุปสรรค	อุปสรรค
3. ค่านิยม/วัฒนธรรมองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีภาษากลางที่เข้าใจและใช้ร่วมกันได้ - มีการแข่งขันระหว่างหน่วยงานสูง - บุคลากรไม่ให้ความร่วมมือ ไม่เปิดเผย - ผู้บริหาร ไม่ยอมรับความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจากการลองสิ่งแปลกใหม่

Supar et. al (2002) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้และการปฏิบัติงานของพนักงานในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยการสำรวจจากพนักงานในสถานศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ Klang Valley 3 สถานศึกษา จำนวน 194 คน ทำการวิเคราะห์การถดถอย และ SEM พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความร่วมมือร่วมใจกัน ความชำนาญ การนำการแบ่งปันความรู้ถูกรวมไว้ในกระบวนการปฏิบัติงาน เทคโนโลยีสารสนเทศ และการมีที่ปรึกษา นอกจากนี้การแบ่งปันความรู้ส่งผลทางบวกต่อการปฏิบัติงานของพนักงานด้วย

- Kang et. al (2004) ได้ศึกษาอิทธิพลของการแบ่งปันความรู้ในการปฏิบัติงาน โดยการสำรวจจากพนักงานในองค์กรเอกชนในเกาหลีใต้ จำนวน 323 คน โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 มิติ และทำการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน มีดังนี้

1) มิติด้านองค์กร (organizational dimension) ได้แก่ การฝึกอบรม ระบบการให้รางวัล และการสนับสนุนจากผู้นำ โดยส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้

2) มิติด้านบุคคล (Individual dimension) ตัวแปรที่ส่งผล ได้แก่ การเปิดรับการติดต่อสื่อสาร โดยส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้

3) มิติด้านคุณลักษณะทางความรู้ (characteristics of knowledge dimension) ซึ่งไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้

นอกจากนี้ตัวแปรความไว้วางใจได้ถูกนำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้อีกด้วย ซึ่งพบว่าความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้และการปฏิบัติงานของพนักงานให้ดีขึ้น

Kim and Lee (2004) ได้ศึกษาปัจจัยในมิติด้านองค์กรที่ส่งผลต่อความสามารถในการแบ่งปันความรู้ จากการสำรวจพนักงานที่ทำงานอยู่ในองค์กรการปกครองแห่งชาติของเกาหลีใต้จำนวน 162 คนด้วย โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน และทำการวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน ได้แก่

- 1) ด้านวัฒนธรรม (culture) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ เครือข่ายทางสังคม โดยส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้
- 2) ด้านโครงสร้าง (structure) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ ระบบการให้รางวัลในการปฏิบัติงาน โดยส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้
- 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยส่งผลทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้

Ngoc (2004) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กร โดยการสำรวจจากพนักงานในบริษัทที่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในสถานอยจำนวน 140 คนจากต่างบริษัทกัน โดยการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ในสังคม การเปลี่ยนแปลงของภาวะผู้นำ และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับระดับการแบ่งปันความรู้ระหว่างพนักงาน และนอกจากนี้พบว่า ความสามารถในการซึมซับความรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และช่องทางทางการสื่อสาร ส่งผลต่อกระบวนการถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กร

Taylor and Wright (2004) ได้ศึกษาความพร้อมขององค์กรสู่ความสำเร็จในการแบ่งปันความรู้ โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการจัดการความรู้ของศูนย์บริการอนามัยในประเทศอังกฤษ จากการสำรวจจากผู้จัดการจำนวน 132 คน โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน และทำการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า มีปัจจัย 6 ปัจจัยที่สามารถทำนายประสิทธิภาพของการแบ่งปันความรู้ได้แก่

- 1) ด้านสภาพขององค์กร (organizational climate) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ การเปิดรับของผู้นำ และการเรียนรู้จากความผิดพลาด
- 2) ด้านการอำนวยความสะดวกและกระบวนการ (infrastructure) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ ความพึงพอใจในการปรับเปลี่ยนกระบวนการ คุณภาพของข้อมูล
- 3) ด้านกลยุทธ์ที่ใช้สนับสนุน (strategy implementation) ตัวแปรที่ส่งผลได้แก่ทัศนคติจากการดำเนินงาน การสร้างวิสัยทัศน์สำหรับการเปลี่ยนแปลง

Barnard (2005) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาการจัดการความรู้ของธุรกิจอุตสาหกรรมในด้านการแบ่งปันความรู้ โดยการสัมภาษณ์วิศวกรที่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการบิน จำนวน 53 คน เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ ระยะเวลา วัฒนธรรม ความชำนาญ เครือข่ายทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายนอกองค์กร และสำหรับอุปสรรคที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสถานการณ์ทางธุรกิจ การขาดแคลนเวลา และปริมาณงานที่มากขึ้น

นอกจากนี้ barnard ได้นำเสนอวิธีการผ่านพันอุปสรรคในการแบ่งปันความรู้ ได้แก่

- 1) สร้างวิสัยทัศน์และทำความเข้าใจกับพนักงานทุกคนต่อความสำคัญในการจัดการความรู้
- 2) จัดตั้งทีมบุคคลและสิ่งสนับสนุนต่อการแบ่งปันความรู้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่พนักงาน
- 3) ตั้งมั่นต่อกระบวนการทำงาน โดยการยอมรับและการต่อสู้กับอุปสรรค
- 4) มีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพต่อการแบ่งปันความรู้
- 5) สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงทำความคุ้นเคยกันระหว่างกลุ่ม สร้างจิตสำนึกในการแบ่งปันความรู้

Chaudhry (2005) ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในประเทศสิงคโปร์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจำนวน 9 งานวิจัย ได้สรุปว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อการแบ่งปันความรู้ประกอบด้วย การมีทัศนคติที่ดีต่อการแบ่งปันความรู้ การจัดตั้งกลุ่มชุมชนแห่งความรู้ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร วัฒนธรรม เทคโนโลยีที่ใช้สนับสนุน ความกลัวว่าความรู้สูญหายไปจากตน การให้รางวัลและการส่งเสริม การวัดผลความรู้ และการอำนวยความสะดวก

Wah and Loh (2005) ได้ทำนายพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงานในสถาบันการศึกษาในประเทศสิงคโปร์โดยการสำรวจจำนวน 262 คน โดยแบ่งปัจจัยออกเป็น 3 มิติตามมิติของทุนทางสังคม และทำการวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งพบว่ามี 3 ปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงานได้ ดังนี้

1. มิติด้านโครงสร้าง (structural dimension) ได้แก่ ระบบการให้รางวัล
2. มิติด้านบุคคล (agency dimension) ไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่สามารถทำนายการแบ่งปันความรู้ได้
3. มิติด้านความสัมพันธ์ (relation dimension) ได้แก่ การเปิดใจ

Yun and Allyn (2005) ได้ศึกษาสาเหตุของแรงจูงใจในแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ จากการสำรวจพนักงานในบริษัทที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของแอตแลนติกประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 160 คน โดยทำการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ แรงจูงใจด้านองค์กร เกี่ยวข้องกับการใส่ใจในองค์กร แรงจูงใจด้านสังคม เกี่ยวข้องกับการทำตนให้เป็นประโยชน์ และการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน เกี่ยวข้องกับการร่วมมือในการปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์ ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ โดยมีรายละเอียดในตารางที่ 2.5 ดังนี้

ตารางที่ 2.5 (ต่อ) ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปร	Davenport and Prusak (1998)	Swart and Wild (2000)	Gibbert and Krause (2002)	Supar et. al (2002)	Kang et. al (2004)	Kim and Lee (2004)	Ngoc (2004)	Taylor and Wright (2004)	Barnard (2005)	Chaudhry (2005)	Wah et al. (2005)	Yun and Allyn (2005)
เครือข่ายทางสังคม												
การมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม		✓	✓			✓	✓		✓		✓	
ความไว้วางใจกัน	✓		✓		✓							
พลังร่วม												
การร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น	✓	✓	✓	✓								✓

จากการคัดเลือกตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ตัวแปรดังกล่าวเพื่อนำมาสร้างกรอบความคิดของการวิจัยในครั้งนี้ โดยพิจารณาใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวแปรที่มีเอกสารและงานวิจัยสนับสนุนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และประยุกต์ใช้กรอบการวิจัยของ Wah et al. (2005) ได้แก่ ด้านโครงสร้าง ด้านบุคคล และด้านความสัมพันธ์

ดังนั้น ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของครูในสถานศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านองค์กร ประกอบด้วย การสนับสนุนจากผู้บริหาร การเสริมแรง เทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริการความรู้
- 2) ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย สมรรถนะของผู้ถ่ายทอดความรู้และสมรรถนะของผู้รับความรู้
- 3) ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย เครือข่ายทางสังคม และพลังร่วม

โดยมีรายละเอียดของตัวแปรในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยด้านองค์กร หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในองค์กรให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำของผู้บริหาร การเสริมแรง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการบริการความรู้ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ภาวะผู้นำของผู้บริหาร

ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร ผู้บริหารต้องมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการไปสู่วัฒนธรรมการเรียนรู้ โดยการส่งเสริมการเรียนรู้ของสมาชิกในองค์กรให้เป็นบุคคลเรียนรู้ และพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (วิจารณ์ พานิช, 2549 และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย, 2550) ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของความรู้ รวมถึงการปฏิบัติตนเป็นผู้บริหารจัดการที่ดี เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศในการปฏิบัติงานด้วยการแบ่งปันความรู้และเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร โดยภาวะผู้นำเป็นเสมือนเครื่องมือหนึ่งในการบริหารของผู้นำ ซึ่งผู้บริหารที่จะประสบความสำเร็จสูงสุดจะต้องเป็นผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำ (พิริยะ อนุกุล, 2549) ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของภาวะผู้นำแตกต่างกันออกไป ดังนี้

มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2544) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง การที่ผู้นำใช้อิทธิพลในความสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่ในตัวต่อผู้ใต้บังคับบัญชาในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อการปฏิบัติการ และการอำนวยความสะดวกกระบวนความคิดต่อซึ่งกันและกันเพื่อมุ่งให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

ศิริพร พูนชัย (2547) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นความสามารถด้านอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย ใช้กระบวนการสั่งการ การมีอิทธิพลต่อผู้อื่น การมีปฏิสัมพันธ์ โดยถ่ายทอดแนวคิดไปสู่การปฏิบัติ

Ivancevich and Donnelly (1997) ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำในเชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่ม โดยมีผู้นำเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่ม ภาวะผู้นำจึงเกี่ยวข้องกับการใช้อิทธิพลและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการปฏิบัติงานของสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม

Institute of Strategy and International Business (2004) กล่าวว่า ภาวะผู้นำมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการขององค์กร ความสามารถของผู้นำ และการมีปฏิสัมพันธ์ต่อบุคคลอื่น

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารในการใช้อิทธิพลและปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใต้บังคับบัญชาในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อมุ่งให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

1.2 การเสริมแรง

การเสริมแรงจะส่งผลให้ความถี่ของพฤติกรรมที่ต้องการสูงขึ้น และจะเพิ่มแนวโน้มที่จะตอบสนองเช่นนั้นอีก (สถาบันเด็ก, 2545) แต่อย่างไรก็ตามในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงได้เกิดขึ้นแล้ว โดยทั่วไปแนวโน้มที่คนและองค์กรจะถอยหลังกลับไปสู่นิสัยหรือพฤติกรรมเดิมมีโอกาasเป็นไปได้สูง เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านี้ การเสริมแรงพฤติกรรมใหม่จะต้องเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะถ้าไม่มีการเสริมแรงแล้ว การเปลี่ยนแปลงอาจจะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเท่านั้น ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของการเสริมแรงแตกต่างกันออกไป ดังนี้ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549)

อารีย์วรรณ อ่วมตานี (2548) กล่าวว่า การเสริมแรงในการปฏิบัติงาน บางครั้งการจูงใจด้วยวัตถุอย่างเดียว อาจไม่สามารถทำให้บุคคลเกิดพลังอำนาจได้ การเสริมแรงทางบวก โดยเฉพาะเรื่องที่มีผลต่อจิตใจ เช่น การยกย่องชมเชย ยอมรับในความสามารถของผู้ปฏิบัติ และการให้อิสระในการปฏิบัติงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงเสริมที่จะให้ผู้ปฏิบัติรู้สึกเต็มใจ และภาคภูมิใจในงานที่ตนเองรับผิดชอบอยู่

ชมรมนักศึกษาปริญญาเอกบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ (2550) กล่าวว่า การเสริมแรง หมายถึง การจัดการผลที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการจัดการเสริมแรงที่เหมาะสม จะสามารถปรับเปลี่ยนทิศทาง ระดับ สถานะของพฤติกรรมของบุคคลได้

ทิพย์วัลย์ สุทิน (2550) กล่าวว่า การเสริมแรง หมายถึง การทำให้ความถี่ของพฤติกรรมเพิ่มขึ้น อันเป็นผลเนื่องมาจากผลกรรมที่ตามหลังพฤติกรรมนั้น

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2550) กล่าวว่า การเสริมแรงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการตอบสนอง หรือให้เกิดพฤติกรรมการเรียนรู้ตามที่ต้องการ เช่น การให้รางวัล หรือการทำโทษ หรือการชมเชย เป็นต้น

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การเสริมแรง หมายถึง การกระตุ้น หรือจูงใจเพื่อให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตามที่ต้องการ จากการเสริมแรงด้วยวัตถุ หรือการเสริมแรงในเรื่องของจิตใจ

1.3 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการถ่ายทอดความรู้ โดยการสนับสนุนการติดต่อสื่อสาร และเชื่อมโยงความรู้ (Thorn, 2001) ทำให้บุคคลมีกำรแบ่งปันความคิดเห็น การทำงานร่วมกัน

โทรสารแถบบันทึกเสียง ซีดีรอม อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแตกต่างกันออกไป ดังนี้

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2548) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นการนำความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้าช่วยในการทำงานเพื่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งในการดำเนินงานสารสนเทศให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นับแต่การผลิต การจัดเก็บ การประมวลผล การเรียกใช้และการสื่อสารสนเทศ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนและใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกันให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2548) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึงการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม ซึ่งก็คือเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์สารสนเทศและเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เข้ามาใช้งานร่วมกัน โดยคอมพิวเตอร์จะทำหน้าที่เกี่ยวกับงานสารสนเทศ นับตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การจัดเก็บข้อมูล การประมวลผลข้อมูล รวมทั้งการเผยแพร่และนำเสนอข้อมูล ส่วนด้านการสื่อสารมีการใช้ระบบโทรคมนาคมหรือระบบการคิดสื่อสารระยะไกลมาเป็นตัวเชื่อมโยงการรับส่งข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยไม่จำกัดว่าเป็นข้อมูลในรูปแบบใด ไม่ว่าจะเป็น ตัวอักษร ภาพ เสียงภาพเคลื่อนไหว หรือหลายอย่างรวมกันในรูปแบบของมัลติมีเดีย ระบบโทรคมนาคมก็สามารถรองรับข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างเป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (2548) กล่าวว่า เทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ๆ ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคมที่ผนวกเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บ สร้าง และเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ข้อความหรือตัวอักษร และตัวเลข เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วให้ทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2548) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร ข้อมูล และการสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้าง การนำมาวิเคราะห์หรือประมวลผลการรับและส่งข้อมูล การจัดเก็บ และการนำไปใช้งานใหม่ เทคโนโลยีเหล่านี้ มักจะหมายถึงคอมพิวเตอร์ ซึ่งประกอบด้วยส่วนอุปกรณ์ (hardware) ส่วนคำสั่ง (software) และส่วนข้อมูล (data) และระบบการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ ระบบสื่อสารข้อมูล คิวเท็กซ์ หรือเครื่องมือสื่อสารใด ๆ ที่มีสายและไร้สาย

สำนักเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน (2548) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และระบบสื่อสารโทรคมนาคมมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพของงานด้านต่าง ๆ ในทุกสาขาอาชีพ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หมายถึง การนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อดำเนินงานเกี่ยวกับข้อมูล สารสนเทศ และการติดต่อสื่อสาร นับตั้งแต่ การรวบรวม การจัดเก็บ การประมวลผล รวมถึงการเผยแพร่และรับส่งข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพต่อการนำไปใช้งาน

โดยความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่สำคัญมี 5 ประการ (Souter, 1999 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2547) ได้แก่

- 1) การสื่อสารถือเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ สิ่งสำคัญที่มีส่วนในการพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ประกอบด้วย เครื่องมือสื่อสาร การสื่อสาร โทรคมนาคม และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักที่มากกว่าโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ เช่น แฟกซ์ อินเทอร์เน็ต อีเมล ทำให้สารสนเทศเผยแพร่หรือกระจายออกไปในที่ต่าง ๆ ได้สะดวก
- 3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีผลให้การใช้งานด้านต่าง ๆ ราคาถูกลง
- 4) เครือข่ายสื่อสาร ได้รับประโยชน์จากเครือข่ายภายนอก เนื่องจากจำนวนการใช้เครือข่าย จำนวนผู้เชื่อมต่อ และจำนวนผู้ที่มีศักยภาพในการเข้าเชื่อมต่อกับเครือข่ายนับวันจะเพิ่มสูงขึ้น
- 5) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้ฮาร์ดแวร์คอมพิวเตอร์ และต้นทุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีราคาถูกลงมาก

1.4 การบริการความรู้

การบริการความรู้เป็นการให้ผู้ใช้เข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่าย สะดวก (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 1, 2549) จากความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกจากทีมนักจัดการความรู้ที่คอยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ของพนักงานในองค์กร (Barnard, 2005) ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของการบริการความรู้แตกต่างกันออกไป ดังนี้

บุญส่ง หาญพานิช (2547) กล่าวว่า การบริการความรู้ในสถานศึกษา จำแนกได้ 4 รูปแบบ คือ

- 1) การเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะ โดยการใช้ช่องทางการต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วารสาร นิตยสาร เป็นต้น

2) การถ่ายทอดความรู้ เช่น การฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร การอบรมวิจัย ทักษะและความรู้ใหม่ ๆ การจัดสัมมนา เป็นต้น

3) การให้คำปรึกษาความรู้ โดยการให้คำปรึกษาด้านความรู้และวิชาการจากผู้เชี่ยวชาญ

4) การอำนวยความสะดวกความรู้ เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ การร่วมมือจัดตั้งชุมชนทางความรู้ การให้บริการสถานที่ เครื่องมือ และผู้ชำนาญการ เป็นต้น

Berlin (2004) กล่าวว่า การบริการความรู้ หมายถึง การจัดการสารสนเทศ จัดการความรู้ และวางยุทธวิธีในการฝึกอบรมและเรียนรู้ ซึ่งเปรียบเสมือนการส่งมอบความรู้ เพื่อให้การปฏิบัติงานของพนักงาน การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และองค์การประสบความสำเร็จ

Clair (2001) กล่าวว่า การบริการความรู้ หมายถึง วิธีการจัดการ เพื่อการใช้สารสนเทศในการพัฒนาความรู้ และการแบ่งปันความรู้ เพื่อการปฏิบัติงานและการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันให้เกิดขึ้น เป็นการบริหารการปฏิบัติงาน โดยจัดเตรียมทั้งในด้านพื้นฐานทางหลักวิชาการ ปัญญา และปรัชญา เพื่อสร้างความสำเร็จให้แก่องค์การ ซึ่งมีหน้าที่

1) การจัดการสารสนเทศ เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งความรู้ การจัดเตรียม การจัดเก็บ การกู้คืน และการใช้สารสนเทศเพื่อสร้างความรู้

2) การจัดการความรู้ โดยการให้ความช่วยเหลือองค์การในการจัดการความรู้โดยนัยความรู้ที่ชัดเจน และวัฒนธรรม เพื่อนำสารสนเทศกลับมาใช้ใหม่ และสร้างความรู้ใหม่

3) วางยุทธวิธีในการเรียนรู้ เพื่อสร้างทักษะ สมรรถนะ ความรู้ พฤติกรรม และอื่น ๆ ที่ลูกค้าต้องการให้เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของพนักงาน

Microsoft (2000) กล่าวว่า การบริการความรู้ หมายถึง การบริหารจัดการความรู้จากศูนย์กลางขององค์กร เพื่อสนับสนุนความร่วมมือร่วมใจในการแบ่งปันความรู้ร่วมกัน การจัดการความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร การจัดการข้อมูลให้เป็นความรู้ การจัดหา สืบค้น และส่งต่อความรู้ รวมถึงการตรวจสอบความรู้

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การบริการความรู้ หมายถึง การบริหารจัดการเกี่ยวกับความรู้เพื่อสนับสนุน ให้คำปรึกษาความรู้ และอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน



2. ปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะหลักเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ ซึ่งประกอบด้วยสมรรถนะของผู้แบ่งปันความรู้ และสมรรถนะของผู้รับความรู้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 สมรรถนะของผู้แบ่งปันความรู้

สมรรถนะ เป็นปัจจัยช่วยให้พัฒนาศักยภาพของบุคลากร (เทียน ทองแก้ว, 2547) การที่บุคคลมีความแตกต่างกัน ทำให้การแสดงพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป (บริษัทเฮย์กรุ๊ป, 2547) อ้างถึงใน ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2547) โดยในฐานะของผู้แบ่งปันความรู้หรือผู้ถ่ายทอดความรู้ จะเกี่ยวข้องกับความสามารถในการนำความรู้และประสบการณ์มาทำให้เกิดคุณค่าสำหรับผู้รับความรู้ มีความรู้ ความเข้าใจในความรู้ที่ถ่ายทอดอย่างถูกต้องและเพียงพอต่อการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการมีทัศนคติที่เหมาะสม (Nasseri, 1999 and Saadan, 1999) นอกจากนี้ หากผู้ถ่ายทอดความรู้เป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจที่กระจ่างชัดในเรื่องนั้น ๆ และสามารถเลือกวิธีถ่ายทอดที่ดี เหมาะสมกับผู้รับ ก็จะสามารถทำให้ผู้รับได้รับความรู้ได้อย่างเต็มที่ แต่ในบางครั้งก็อาจจะมีปัญหาผู้ถ่ายทอดที่หวงความรู้ ถ้ากรณีนี้ ถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะไม่มีใครที่จะได้รับความรู้นั้น ๆ เลย หรือรู้แต่ไม่หมด (อรพินท์, 2548) ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของสมรรถนะแตกต่างกันออกไป ดังนี้

กระทรวงสาธารณสุข (2549) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานใดงานหนึ่งให้ประสบความสำเร็จและมีความโดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ ในเชิงพฤติกรรม โดยมีความแตกต่างระหว่างความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ดังนี้

- 1) ความรู้ มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูล เนื้อหาเฉพาะวิชาชีพ กล่าวคือ บุคคลต้องมีความรู้อะไรบ้าง
- 2) ทักษะ มีความเกี่ยวข้องกับความสามารถหรือความชำนาญในการปฏิบัติงานทั้งทางด้านร่างกาย และทางสมอง กล่าวคือ บุคคลต้องสามารถทำอะไรได้บ้าง
- 3) คุณลักษณะ มีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจที่เป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม อุปนิสัย ซึ่งเป็นลักษณะทางกายภาพที่มีการตอบสนองต่อ ข้อมูล หรือสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ อึดทน โน้ทสนั่น ซึ่งเป็นทัศนคติ ค่านิยม หรือจินตภาพส่วนตัวของบุคคล

สถาบันรัฐบุรุษ (2548) สมรรถนะ หมายถึง กลุ่มของความรู้ (knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะของบุคคล (Attributes) หรือเรียกว่า KSAs ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากพฤติกรรมในการทำงานที่แสดงออกมาของแต่ละบุคคลที่สามารถวัดและสังเกตเห็นได้ โดยมีความแตกต่างระหว่างความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะ ดังนี้

- 1) ความรู้ หมายถึง ข้อมูลที่รู้และเข้าใจเรื่องต่างๆ
- 2) ทักษะ หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ ซึ่งจะเกิดขึ้นภายหลังจากการนำเอาความรู้มาปฏิบัติเป็นประจำ
- 3) คุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ความเชื่อ แรงกระตุ้น บุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล โดยมาจากภูมิหลังของแต่ละคน เป็นสิ่งที่สังเกตได้ยาก แต่อาจประเมินได้จากพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออก

อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์ (2547) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ คุณลักษณะของบุคคล ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติต่าง ๆ อันได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพ และอื่น ๆ ซึ่งจำเป็นและสอดคล้องกับความเหมาะสมกับองค์การ

Parry (1997 อ้างถึงใน สุกัญญา รัศมีธรรม โชติ 2548) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ กลุ่มของความรู้ (knowledge) ทักษะ (skills) และคุณลักษณะ (attributes) ที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงานหนึ่ง ๆ โดยกลุ่มความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งงานนั้น ๆ และสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ และเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า สมรรถนะของผู้แบ่งปันความรู้ หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคลในฐานะที่เป็นผู้แบ่งปันความรู้ เพื่อให้ผู้รับความรู้มีความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้

2.2 สมรรถนะของผู้รับความรู้

พฤติกรรมของผู้รับความรู้ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ (Dixon, 2002) โดยอาจเป็นสิ่งจูงใจหรืออาจเป็นสิ่งที่ยับยั้งการแบ่งปันความรู้ของผู้ให้ความรู้ด้วย (Lichtenstein, 2002) นอกจากนี้ ตัวผู้รับเองถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะรับเอาความรู้ที่ผู้ให้ให้มาได้มากนักหรือไม่ ผู้ให้ถ่ายทอดได้คืออย่างไร แต่ถ้าผู้รับ รับไม่ได้ รับไม่คิด ก็ไร้ประโยชน์ โดยผู้รับต้องพร้อมที่จะรับความรู้ ต้องมีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม และควรมีการต่อยอดความรู้นั้น ๆ ออกไปให้เป็นประโยชน์กับผู้อื่นต่อไป (อรพินท์, 2548)

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงนิยามของสรรณะข้างต้นอาจสรุปได้ว่า สรรณะของผู้รับความรู้ หมายถึง ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคลในฐานะที่เป็นผู้รับความรู้ เพื่อให้ผู้รับความรู้เกิดความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้

3. ปัจจัยด้านสังคม

ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางสังคมจากการมีปฏิสัมพันธ์และการปฏิบัติงานร่วมกันกับผู้อื่นที่ส่งผลให้เกิดการแบ่งปันความรู้และเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วย เครื่องข่ายทางสังคม และพลังร่วม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เครื่องข่ายทางสังคม

เป้าหมายของเครือข่ายสังคมคือการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและการสื่อสารให้ดีที่สุด (Spivack, 2004) โดยเครือข่ายทางสังคมเป็นสิ่งที่ทำให้การแบ่งปันสารสนเทศและความรู้เกิดการถี่ไหล ซึ่งไม่เพียงแต่แค่พิจารณาถึงความสัมพันธ์เท่านั้น แต่เครือข่ายทางสังคมยังส่งผลถึงปัจจัยในการแบ่งปันความรู้ และเป็นตัวกำหนดว่าความรู้ใดที่จะถูกแบ่งปันออกไป Brown (2006) นอกจากนี้ การมีปฏิสัมพันธ์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น จากการพียงพียงกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ ซึ่งจะช่วยให้เครือข่ายเข้มแข็งยิ่งขึ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543 และ Badracco, 1998 อ้างถึงใน กลุ่มงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล สพช. เขต 5 ลำปาง, 2550) ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของเครือข่ายทางสังคมแตกต่างกันออกไป ดังนี้

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (2547) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ชุดของความเกี่ยวพันและผูกพันระหว่างกันของบุคคล ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นครอบครัว เพื่อน และคนรู้จักกัน การเกี่ยวพันระหว่างกันของคนในสังคม บุคคลที่มีคนรู้จักมากหรือมีความสัมพันธ์กับคนจำนวนมากแสดงว่าบุคคลนั้นมีเครือข่ายของความเกี่ยวพันมาก ซึ่งตรงกันข้ามกับบุคคลที่รู้จักกับคนอื่น ๆ น้อย แสดงว่าบุคคลนั้นมี เครือข่ายของความเกี่ยวพันน้อย ในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นบางครั้งคนที่มิเพื่อนมากอาจมีความผูกพันกับเพื่อน ๆ อย่างฉิวฉิน แต่บางคนอาจจะมีเพื่อนน้อยแต่มีความผูกพันกับเพื่อนอย่างมั่นคงก็เป็นได้

กลุ่มงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล สพช. เขต 5 ลำปาง (2550) หมายถึงกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มองค์กรซึ่งสมัครใจสัมพันธ์กัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน โดยที่แต่ละคน แต่ละองค์กรยังคงเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน

Barnes (1954) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง โครงสร้างสังคมระหว่างบุคคลหรือองค์การ ซึ่งสามารถบ่งบอกได้ว่าบุคคลเหล่านั้นมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมมากน้อยเพียงใด ทั้งความสัมพันธ์แบบผิวเผิน ไปจนถึงความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

Marsden & Campbell (1984) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือหน่วยงานและความสัมพันธ์ที่ยึดบุคคลหรือหน่วยงานไว้ให้อยู่ร่วมกันได้ ซึ่งอาจเป็นแบบผิวเผินหรือมันคง ขึ้นอยู่กับจำนวน ประเภท ความถี่ในการของความรู้หรือสารสนเทศแลกเปลี่ยนกัน รวมทั้งความใกล้ชิดสนิทสนมระหว่างกัน

Raghavan (2003) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ความเชื่อมโยงกันระหว่างบุคคลและความเชื่อมโยงกันระหว่างบุคคลกับเนื้อหา เป็นกระบวนการที่ชี้และวัดถึงความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหรือสารสนเทศอื่น ๆ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคม หมายถึง ความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลที่ประกอบกันขึ้นเป็นสังคม เพื่อดำเนินการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน โดยพิจารณาจากความเกี่ยวข้องกันและความผูกพันกันระหว่างบุคคล

โดยการสร้างเครือข่ายทางสังคม มีเป้าหมายดังนี้ (อภิญา เวชชัช, 2540 อ้างถึงใน กองส่งเสริมและพัฒนาเครือข่าย, 2547)

1) เพื่อขยายวงความสัมพันธ์ให้กว้างขึ้น เพื่อนำไปสู่การขยายกิจกรรม ขยายความช่วยเหลือแก่คู่หูที่มีต่อกัน ตลอดจนพัฒนาศักยภาพของแต่ละองค์กรให้แสดงบทบาททั้งผู้ให้และผู้รับอย่างเหมาะสม

2) เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้าร่วมในเครือข่าย

3) เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางวัตถุแก่กัน และเป็นการแบ่งปันทรัพยากรให้แก่กลุ่มที่ด้อยกว่า

4) เพื่อประโยชน์ในการรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลระหว่างองค์กร

5) เพื่อเป็นแหล่งสำหรับการทำงาน การสนับสนุนต่าง ๆ เพื่อจะนำไปปฏิบัติเป็นกิจกรรมของตนเอง และยังทำให้เกิดการรวมหมู่ที่มีอิทธิพลมากกว่าองค์กรแต่ละองค์กรอย่างมาก

6) เป็นเวทีสำหรับการปฏิบัติงานร่วมกันในพื้นที่

7) เพื่อรวมตัวกันนำประเด็นปัญหาหรือเรื่องเรียนสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือนำไปสู่การเสนอหรือผลักดันนโยบายที่เหมาะสมกว่าเดิม

3.2 พลังร่วม

พลังร่วม เป็นการรวมพลังซึ่งกันและกันในการทำงาน ซึ่งนำไปสู่ผลได้ที่มีคุณค่า ทวีคูณ หรือเข้มแข็งมากกว่า (กลุ่มงานพัฒนาทรัพยากรบุคคล ศพข. เขต 5 ลำปาง, 2550) ซึ่งการทำงานร่วมกันย่อมผลที่ดีกว่าการทำงานแยกส่วนหรือแยกกันปฏิบัติ (CUSERV, 1999) จากการศึกษาที่ทุกฝ่ายต่างมุ่งมองไปสู่อนาคต แล้วร่วมกันคิดวิเคราะห์ และแบ่งงานกันทำ เพื่อเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางร่วมกัน ซึ่งจะเสริมคุณค่าของการพึ่งพาอาศัยในการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน (Loebecke et. al, 1999) โดยหัวใจสำคัญของพลังร่วม คือ การเคารพซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และลดความอ่อนแอ (Gurteen, 1998) ทั้งนี้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้คำจำกัดความของพลังร่วมแตกต่างกันออกไป ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (2548) พลังร่วม หมายถึง หมายถึง การสร้างความร่วมมือร่วมใจ การเกื้อกูลและแบ่งปัน มีน้ำใจ การทำงานเป็นทีม และมุ่งสู่ความสำเร็จร่วมกัน

Castagna (2001) กล่าวว่า พลังร่วม หมายถึง การรวมคิดจากสมาชิกที่หลากหลายภายในกลุ่ม เพื่อแก้ไขปัญหา ซึ่งย่อมดีกว่าความคิดจากคนเพียงคนเดียว

Knight (2002) กล่าวว่า พลังร่วมสามารถอธิบายในรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 บุคคลหรือมากกว่า ซึ่งเมื่อสิ่งเหล่านี้ร่วมกันผลที่ได้จะยิ่งใหญ่กับผลรวมของแต่ละบุคคล และมีการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเกิดขึ้น ไม่ว่าจะที่ใดก็ตาม การเชื่อมโยงนี้เกิดขึ้นมากกว่าธรรมชาติทางสังคม และมีการถ่ายทอดความรู้กันภายในองค์กร

The Oxford Dictionary (2007) ได้ให้นิยามของพลังร่วมว่า การมีปฏิสัมพันธ์หรือความร่วมมือกันของบุคคล 2 คนขึ้นไป หรือองค์กร เป็นต้น เพื่อสร้างสิ่งใหม่หรือทำให้เกิดผลที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับผลการแยกกันปฏิบัติ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า พลังร่วมหมายถึง ความร่วมมือร่วมใจกันระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน

กรอบความคิดของการวิจัย

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาสร้างกรอบแนวความคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ของครูในสถานศึกษาในครั้งนี้ ได้ดังแผนภาพที่ 2.6

แผนภาพที่ 2.6 กรอบความคิดของการวิจัย

