

การพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนและการสร้างความรู้ที่มีต่อ ความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มในเขตจังหวัดภาคใต้ตอนบน¹

The Developing Model of Knowledge Sharing and Knowledge Creation on Innovation Capability : An Empirical Study of SMEs Crude Palm Oil Refining in the North Southern Provinces

ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์²
ดิชิตชัย เมตตาริกานนท์³

Dr. Somnuk Aujiirapongpan
Dichitchai Mettarikanon

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างความรู้จากผู้ประกอบการหรือผู้จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มในเขตภาคใต้ตอนบน ตลอดจนความสามารถด้านนวัตกรรม และเพื่อนำเสนอรูปแบบและแนวทางในการใช้แนวคิดของการจัดการความรู้ที่เกี่ยวกับกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้และการสร้างความรู้ในเขตภาคใต้ตอนบน กลุ่มตัวอย่างใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตน้ำมันปาล์มทั้งสิ้น 12 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาจากแบบสัมภาษณ์และการจัดประชุมระดมปัญหาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลวิจัยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.92 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ร้อยละ 65.98 มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 37.11 เป็นหัวหน้างาน/แผนก ร้อยละ 57.73 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้ และความสามารถด้านนวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรค่อนข้างน้อยเนื่องจากลักษณะของบุคลากรยังขาดความสามารถในการให้ ในประเด็นของการสร้างความรู้ในองค์กร พบว่า การสร้างความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นในองค์กร สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ยังเกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งสาเหตุอาจเนื่องมาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตหลักของธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ

¹ งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากเครือข่ายการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน สกอ. ภาคใต้ ตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาปีงบประมาณ 2552

² รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรบัญชี สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรการจัดการสารสนเทศ สำนักวิชาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ความต้องการค่อนข้างน้อย และในประเด็นของความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น
ในองค์กร สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ยังเกิดขึ้นน้อยมาก โดยนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมักเกิดจากการชี้แนะ
ของผู้บริหารเป็นหลักและเป็นนวัตกรรมกระบวนการมากที่สุด

Abstract

The purpose of the research is to study the innovation capability level of knowledge sharing and knowledge creation (/developing) from SMEs entrepreneurs. In particular, the industrial of crude palm oil refining in north southern provinces were conducted. The research aims to study the influences of research factors on knowledge sharing and creation to innovation capability. The model and guideline of knowledge management are also presented in order to develop the potential of innovation capability. The samples were selected which 12 entrepreneurs in crude palm oil industrial were chosen. The tools for data collection were questionnaires and structural interview. The data were analyzed by Percentage, Means and Standard Deviation.

The research were resulted as follows; most respondents were man for 63.92%, education level at graduate or upper for 65.98%, work experience which is more than 10 years for 37.11% and position at work leader for 57.73%. In general, it was found that their attitude on knowledge sharing, knowledge creation and innovation capability was very positive. In addition, most entrepreneurs paid less attention for supporting the knowledge sharing in their businesses. The reason is that their staffs are considered as lack of well analysis on knowledge creation. Additionally, their main production is not much changed which gives less motivation to the entrepreneurs for creating new knowledge. In the aspect of innovation capability, it is found that innovation capability is also low. The innovation is mainly appeared from direction of team leaders.

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ การจัดการความรู้กับนวัตกรรม การจัดการความรู้กับอุตสาหกรรมสกัดน้ำมันปาล์ม
Keywords: Knowledge Management, Knowledge Management and Innovation, Knowledge Management and Crude Palm Oil Refining

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัจจุบันนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และเชิงได้เปรียบทางการแข่งขัน อันเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Byrd & Turner (2001) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจ อาจจะเป็นได้ในหลายมิติ เช่นการมีนวัตกรรม ตำแหน่งทางการตลาด การมีลูกค้าจำนวนมาก และการยากที่จะลอกเลียนแบบในตัวสินค้าหรือบริการ จะเห็นได้จากข้อมูลงานวิจัยของธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า

ของประเทศไทยที่ระบุว่าในช่วง 5 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2552 มูลค่าการส่งออกของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเป็นฐาน (High-Tech Product) และมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในปีนั้นมากกว่าปีที่ผ่านมา (EXIM, 2009) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจของ SMEs โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ในส่วนนโยบายของประเทศที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม และผู้ประกอบการโดยตั้งสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ให้ทำหน้าที่

ในการส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีการพัฒนานวัตกรรมขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการหรือธุรกิจในทุกๆ ประเภท เพื่อเป็นการสร้างความเข้มแข็งทางด้านความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของประเทศ (National Innovation Agency, 2005) ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Dorf & Byers (2008) ที่กล่าวว่าธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ ก็ควรที่จะมีลักษณะเป็นองค์กรนวัตกรรมหรือมีความสามารถในการแข่งขันนวัตกรรม เป็นเรื่องของการทำสิ่งใหม่ที่ต้องใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (National Innovation Agency, 2005) ดังนั้นการสร้างความรู้ และการจัดการความรู้ เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากและจะช่วยให้ธุรกิจสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืน (Nonaka, 1991, 1994, Nonaka & Toyama, 2003, Johannessen & Olsen, 2003) แต่การจัดการความรู้ ครอบคลุมในหลายๆ กิจกรรมและการแลกเปลี่ยนความรู้ ก็ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญในเรื่องของการจัดการความรู้ (Hendriks, 1999) ทั้งนี้เพราะการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge sharing) จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการสร้างความรู้ขึ้นในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน แต่สำหรับในประเทศไทย การศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ยังไม่มีการศึกษาที่เห็นเชิงประจักษ์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษากับกลุ่ม SMEs ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน ซึ่งถือว่าเป็นองค์กรที่ต้องการความเข้มแข็งอย่างมากในการพัฒนานวัตกรรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในเชิงแข่งขันของประเทศ

การศึกษาเรื่องบทบาทของผู้ประกอบการที่มีต่อการพัฒนานวัตกรรม เริ่มขึ้นเมื่อประมาณปี ค.ศ.1930 โดย Schumpeter (1934) ได้พยายามเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งให้แนวคิดว่า ผู้ประกอบการเปรียบเสมือนนวัตกรรม (Innovator) ซึ่งนวัตกรรมจะช่วยให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการต้องเป็น

ผู้สร้างนวัตกรรมขึ้นมา แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมในมุมมองด้านผู้ประกอบการ จึงถือว่าผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม และนวัตกรรมก็มีบทบาททำให้การเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จด้วย ทั้ง 2 อย่างนี้จึงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในทางบวก (Zhao, 2005)

ปาล์มน้ำมันเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ในปัจจุบันมีโรงงานน้ำมันปาล์มที่สกัดและกลั่นน้ำมันปาล์มอยู่ 103 โรง (Ministry of Industry, Department of Industrial Works, 2010) น้ำมันปาล์มสามารถนำมาพัฒนาและสร้างพลังงานทดแทนสำหรับยุคที่พลังงานเชื้อเพลิงที่มาจากน้ำมันมีความขาดแคลนและต้นทุนสูงขึ้น นอกจากนั้นอัตราการบริโภคน้ำมันปาล์มได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามอัตราการเพิ่มของประชากรโลก ปาล์มน้ำมันจึงเป็นพืชน้ำมันที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงกว่าพืชน้ำมันชนิดอื่น ทั้งด้านการผลิตและการตลาด เนื่องจากมีต้นทุนในการผลิตต่ำโดยในปี พ.ศ. 2553 พบว่า อัตราราคาปาล์มเฉลี่ยอยู่ที่ 5.3 บาท/กิโลกรัม (Thai National AGRIS Centre, 2010) และในปัจจุบันอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มยังมีบทบาทสำคัญในการผลิตไบโอดีเซลอีกด้วย

ดังนั้นการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ จึงมุ่งเน้นไปในเรื่องของการพัฒนารูปแบบของแนวทางในการใช้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ ในการสร้างความรู้ที่จะส่งต่อการพัฒนานวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์ม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้และความสามารถด้านนวัตกรรมและเสนอแนวทางในการใช้แนวคิดของการจัดการความรู้ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้และการสร้างความรู้ เพื่อการพัฒนาศักยภาพในเรื่องความสามารถด้านนวัตกรรมของผู้จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มในเขตภาคใต้ตอนบน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มในเขตภาคใต้ตอนบนใน 3 จังหวัด คือ กระบี่ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีโรงงานทั้งสิ้น 30 แห่งจากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

2. กลุ่มตัวอย่าง : ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เนื่องจากข้อจำกัดในการรับข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตน้ำมันปาล์มทั้งสิ้น 12 แห่ง ดังแสดงรายชื่อในตารางที่ 1

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1. แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 5 ข้อ เป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและปัญหาเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนการสร้างความรู้ และความสามารถด้านนวัตกรรม มีทั้งหมด 29 ข้อ ซึ่งเป็นการตอบแบบมาตราประมาณค่า

5 ระดับใช้สำหรับพนักงานและเจ้าหน้าที่ของบริษัท

2. แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างในการเก็บข้อมูลของตัวแปรที่ทำการศึกษาโดยครอบคลุมตัวแปรทุกตัวที่ต้องการวัดซึ่งกำหนดไว้ตามกรอบแนวคิด ใช้สำหรับผู้จัดการและหัวหน้าฝ่าย/หน่วยงานของบริษัท

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ในเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2552 และ มกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2553 ได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์คืนมาทั้งสิ้น 113 ฉบับ จาก 175 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 64.57

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่หาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประยุกต์ทางสถิติ ด้านสังคมศาสตร์ SPSS for Windows

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อผู้ประกอบการผลิตน้ำมันปาล์มในเขตภาคใต้ตอนบน

รายชื่อผู้ประกอบการที่สำคัญ	สถานที่ตั้ง
1. บริษัท เอเชียน้ำมันปาล์ม จำกัด	กระบี่
2. บริษัท ยูนิวานิช น้ำมันปาล์ม จำกัด	
3. บริษัท ศรีเจริญ ปาล์ม ออยล์ จำกัด	
4. บริษัท สยามโมเดิร์นปาล์ม จำกัด	
5. บริษัท สหอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด	
6. บริษัท ไทยอินโด ปาล์มออยล์ แพลทอรี่ จำกัด	
7. บริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด	ชุมพร
8. บริษัท วิจิตรภัณฑ์ปาล์มออยล์ จำกัด	
9. บริษัท ทักษิณอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม (1993) จำกัด	สุราษฎร์ธานี
10. บริษัท ไทยทาลอว์แอนด์ออยล์ จำกัด	
11. บริษัท ยูนิปาล์มอินดัสทรี จำกัด	
12. บริษัท ทักษิณปาล์ม (2521) จำกัด	

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาการพัฒนากระบวนการแลกเปลี่ยนและการสร้างความรู้ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มในเขตจังหวัดภาคใต้ตอนบน ได้มีการออกแบบการวิจัยไว้ใน 2 ลักษณะ คือ 1) การวิจัยในเชิงปริมาณ ด้วยการสร้างแบบสอบถามพนักงานในสถานประกอบการ และ 2) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสถานประกอบการเกี่ยวกับประเด็นการแลกเปลี่ยน การสร้างความรู้ และความสามารถด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจ ผู้วิจัยได้เข้าพบผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 12 บริษัท ตามขอบเขตของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.92 และเพศหญิง ร้อยละ 36.08 มีอายุ 25-40 ปี ร้อยละ 59.79 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า ร้อยละ 65.98 มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 10 ปี เป็นหัวหน้างาน/แผนก ร้อยละ 57.73

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้ และความสามารถด้านนวัตกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ในระดับมาก ด้านการสร้างความรู้ในระดับมาก และด้านความสามารถด้านนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง และในด้านความสามารถด้านนวัตกรรมแบ่งเป็น 3 ด้านย่อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก และด้านบริหารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นแยกตามเพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่งหน้าที่ พบว่า ความคิดเห็นในด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้ ความสามารถด้านนวัตกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรค่อนข้างน้อย เนื่องจากลักษณะของบุคลากรยังขาดความสามารถในเชิงการให้ และศักยภาพในการจัดเก็บความรู้ยังมีน้อย มีเพียงสถานประกอบการขนาดใหญ่ หรือเป็นสถานประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทมหาชน ที่มีแนวปฏิบัติในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ค่อนข้างชัดเจน และรูปธรรมซึ่งประเด็นที่เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับระดับของการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรของผู้ประกอบการสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 รูปแบบและขนาดธุรกิจ พบว่า ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ โดยเฉพาะธุรกิจในรูปแบบมหาชน จะมีการกำหนดนโยบายในการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ชัดเจนมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก หรือธุรกิจที่เป็นรูปแบบห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทเอกชน รวมทั้งมีการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ดีกว่า จึงเป็นเหตุผลให้การแลกเปลี่ยนความรู้ในธุรกิจขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก

3.2 แนวคิดของผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ พบว่า ระดับการศึกษา แนวคิด และความรู้ในเชิงการบริหาร ของผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญ การส่งเสริม และสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ของบุคลากรในองค์กรผู้บริหารที่มีความรู้ในด้านการบริหาร และมีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจขนาดใหญ่ มีระบบการบริหารจัดการที่ดี จะให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้มากกว่า ผู้บริหารที่ใช้ประสบการณ์ในการบริหารเพียงอย่างเดียว และไม่เคยผ่านการบริหารงานในธุรกิจขนาดใหญ่ หรือธุรกิจที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดีมาก่อน

3.3 ความสามารถของพนักงาน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาในการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ค่อนข้าง ถึงแม้ว่าผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะให้การสนับสนุน ทั้งนี้เนื่องจากในธุรกิจนี้ บุคลากรหรือ

พนักงานส่วนใหญ่มีทักษะ หรือความสามารถในเชิง
การเรียนรู้ และการพัฒนาความรู้ค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจ
เนื่องมาจากรูปแบบของธุรกิจที่มีการเทคโนโลยีไม่สูง
มากนัก ประกอบกับการพัฒนาด้านนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์
ยังมีน้อย ซึ่งจะได้นำกล่าวต่อไป บุคลากรส่วนใหญ่อยู่
ในลักษณะของคณงาน และขาดการพัฒนาทักษะใน
การทำงานอย่างต่อเนื่อง มีเพียงพนักงานในสถาน
ประกอบการขนาดใหญ่ หรือที่มีลักษณะเป็นธุรกิจมหาชน
ที่มีระบบการพัฒนาทักษะ และความสามารถในการทำงาน
ที่เป็นระบบ และมีความต่อเนื่อง จึงทำให้บุคลากร
ในองค์กร ทั้งในส่วนของพนักงาน และคณงาน มีทักษะ
ในการแลกเปลี่ยนความรู้ได้ดี จึงทำให้พนักงานส่วนใหญ่
ในอุตสาหกรรมนี้ ยังไม่เห็นความสำคัญ และประโยชน์
ของการแลกเปลี่ยนความรู้

3.4 รูปแบบการแลกเปลี่ยน และการส่งเสริม
ที่พบในอุตสาหกรรมนี้ คือ การพบปะพูดคุย และ
การประชุม เป็นหลัก ยังไม่มีการสร้างกลุ่มการแลกเปลี่ยน
ความรู้อย่างไม่เป็นทางการขึ้นในองค์กร ซึ่งปัญหาที่สำคัญ
ที่ทำให้การรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ
ไม่เกิดขึ้น เนื่องจากลักษณะและเวลาที่ธุรกิจต้องการ
ให้พนักงานปฏิบัติงาน จะเน้นไปในเรื่องของการปฏิบัติ
งานตามหน้าที่หลักในโรงงาน หรือการผลิตเกือบทั้งหมด
เป็นส่วนน้อยที่มีการจัดสรรเวลาในการทำงานให้กับ
การพัฒนาทักษะ และการแลกเปลี่ยนความรู้

3.5 วัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนความรู้
พบว่า บรรยากาศในองค์กรที่มีลักษณะส่งเสริม
การแลกเปลี่ยนรู้อย่างเกิดขึ้นน้อยมาก ทั้งนี้เกิดจาก
นโยบายในการบริหารธุรกิจที่เน้นการทำงานเพื่อให้ได้
ผลผลิตเป็นหลัก รวมทั้งทัศนคติของพนักงาน และคณงาน
ที่ยังไม่เห็นความสำคัญของการแลกเปลี่ยนความรู้
และขาดความรู้ความเข้าใจในแนวทางการจัดการ
ในเรื่องการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ถูกต้อง และให้ประโยชน์
ในการพัฒนาการทำงาน รวมทั้งนโยบายในการบริหารของ
ธุรกิจในเรื่องส่งเสริม และสนับสนุนการแลกเปลี่ยน
ความรู้ก็ยิ่งขาดความชัดเจน และเป็นรูปธรรม

3.6 เครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้
พบว่า การสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนความรู้จาก

ภายนอกองค์กรมีน้อยมาก โดยเฉพาะในระดับพนักงาน
หรือคณงาน โดยส่วนใหญ่มีอยู่บ้างในระดับผู้บริหารหรือ
ผู้ประกอบการเท่านั้น นอกจากนี้การใช้ประโยชน์จาก
เครือข่ายความรู้ ยังไม่มีการวางแผนที่ชัดเจน และขาด
ความต่อเนื่อง ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะเฉพาะในเรื่องที่อยู่
บริหารให้ความสนใจ และมุ่งประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ
เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดใหญ่ หรือมีรูปแบบ
การบริหารแบบมหาชน จะมีเครือข่ายความรู้ที่มากกว่า
และมีความเข้มแข็งมากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก

4. ด้านการสร้างความรู้ พบว่า การสร้าง
ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นในองค์กร สำหรับผู้ประกอบการใน
อุตสาหกรรมนี้ ยังเกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งสาเหตุอาจเนื่องมา
จากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตหลักของธุรกิจ
มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการค่อนข้างน้อย
เนื่องจาก เป็นธุรกิจกลางน้ำ หรือเป็นธุรกิจผลิตสินค้าที่
นำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตของผลิตภัณฑ์อื่น ในการ
สัมภาษณ์ทำให้พบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสร้าง
ความรู้ ดังนี้

4.1 ระดับของการสร้างความรู้ พบว่า
การสร้างความรู้ใหม่ในองค์กร สำหรับผู้ประกอบการใน
อุตสาหกรรมนี้ยังเกิดขึ้นน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
ความรู้ใหม่ที่จะมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์
มีเพียงบางธุรกิจ และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ที่จะมี
การพัฒนาความรู้ใหม่มาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์

4.2 แหล่งสร้างความรู้ใหม่ พบว่า ความรู้
ใหม่ที่เกิดขึ้นในองค์กรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
นี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากพนักงาน หรือผู้ปฏิบัติงาน
แต่จะมาจากการใช้บุคลากรภายนอก ทั้งในส่วนที่เป็น
สถาบันการศึกษา หรือองค์กรด้านการวิจัย และบริษัท
เอกชน รวมทั้งจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก

4.3 กระบวนการสร้างความรู้ พบว่า
กระบวนการสร้างความรู้ส่วนใหญ่ เป็นลักษณะของ
การนำความรู้จากภายนอกหรือเป็นลายลักษณ์อักษร
(Externalization) คือ จากความรู้ฝังลึกที่อยู่ในตัวบุคคล
(Tacit Knowledge) ไปเป็นความรู้ชัดแจ้งในรูปแบบ
สื่อสิ่งพิมพ์ (Explicit Knowledge) และลักษณะ

การรวบรวมความรู้ไปใช้ (Combination) กล่าวคือ เป็นการถ่ายทอดความรู้ และจัดเก็บความรู้ในลักษณะของ Tacit Knowledge ไปเป็น Explicit Knowledge เป็นส่วนใหญ่ โดยในส่วนของกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ ออกสู่สังคมหรือจากประสบการณ์ตรง (Socialization) และการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Internalization) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างความรู้ที่จะมีความสำคัญต่อการเกิดนวัตกรรมขึ้นในองค์กร อย่างไรก็ตามก็สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์และสัมภาษณ์ในส่วนของการแลกเปลี่ยนความรู้ เนื่องจากการที่กระบวนการสร้างความรู้ใน 2 ลักษณะหลังนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ครั้งนั้น จะต้องมีการพัฒนากระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ดี และมีประสิทธิภาพก่อน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ยังต้องมีการพัฒนาอีกมาก จึงจะทำให้เกิดกระบวนการสร้างความรู้ที่ครบวงจรแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (SECI) ซึ่ง จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรม

5. ด้านความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ยังเกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งสาเหตุอาจเนื่องมาจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตหลักของธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความต้องการค่อนข้างน้อยเนื่องจาก เป็นธุรกิจกลางน้ำ หรือเป็นธุรกิจผลิตสินค้าที่นำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตของผลิตภัณฑ์อื่น รวมทั้งการพัฒนาทางเทคโนโลยี และบุคลากรเกิดขึ้นน้อย ในการสัมภาษณ์ทำให้พบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ดังนี้

5.1 ระดับนวัตกรรม พบว่า การพัฒนานวัตกรรมที่เกิดขึ้นในผู้ประกอบการทั้งหมดเป็นนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย (Incremental Innovation) ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการบริหาร และการที่มีนวัตกรรมเกิดขึ้นในระดับที่ต่ำเช่นนี้ ก็เนื่องมาจากในอุตสาหกรรมมีการวิจัย และพัฒนาค่อนข้างน้อย การปรับปรุงและคิดค้นการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา

ใช้ในอุตสาหกรรมยังมีข้อจำกัดมาก รวมทั้งผู้ประกอบการเองยังให้ความสำคัญในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนาอย่างมาก

5.2 แหล่งกำเนิดนวัตกรรม (Source of Innovation) พบว่า การเกิดนวัตกรรมขึ้นในอุตสาหกรรมเกิดจาก 3 แหล่งใหญ่ๆ คือ ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการเอง เป็นผู้คิด และกำหนดแนวทางการพัฒนานวัตกรรม 2) ผลกระทบจากชุมชน โดยเฉพาะในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ที่กดดันให้ธุรกิจต้องคิดค้นวิธีการในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการผลิตของธุรกิจ และ 3) หน่วยงานของรัฐที่ให้การสนับสนุน และผลักดันให้มีการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล

5.3 ประเภทนวัตกรรม พบว่า เกิดขึ้นมาในผู้ประกอบการอุตสาหกรรมประเภทนี้ คือนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เช่น การพัฒนาพลังงานทดแทนจากการใช้ Bio-Gas ที่เกิดจากของเสียในกระบวนการผลิต ส่วนนวัตกรรมในลักษณะอื่น เช่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมการบริหาร (Managerial Innovation) ไม่พบว่ามีเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ทำให้สามารถอภิปรายผลการศึกษาโดยแบ่งแนวทางของการอภิปรายตามตัวแปรหลักในการศึกษา คือ การแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างความรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

ด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ พบว่า การกำหนดนโยบาย และการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ในธุรกิจกลุ่มอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์มที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตภาคใต้ตอนบน ยังขาดความชัดเจนเป็นส่วนใหญ่ และมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมที่ไม่มากนัก รวมทั้งยังไม่มีนโยบายในเชิงการบริหารที่สนับสนุน และจูงใจให้พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งสาเหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากประเด็นสำคัญ คือ เนื่องจากกลุ่มธุรกิจที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาโดยส่วนใหญ่ที่ธุรกิจขนาดย่อม ที่มีลักษณะ

เป็นการบริหารในครอบครัว มากกว่าการบริหารด้วย
ผู้บริหารมืออาชีพ ประกอบกับแรงงานส่วนใหญ่ในธุรกิจ
นี้เป็นแรงงานที่ไม่ได้ใช้ความรู้เป็นฐานในการปฏิบัติงาน
ประกอบกับการแข่งขันในเชิงธุรกิจไม่ได้อยู่ที่ความ
เป็นนวัตกรรมผลผลิต แต่จะอยู่ที่ต้นทุนการผลิต และ
การจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อการผลิตเป็นหลัก
ผู้ประกอบการจึงไม่เห็นความจำเป็นของการพัฒนาการ
แลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กร มีเพียงธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดใหญ่บางแห่งที่เป็นธุรกิจในลักษณะบริษัทมหาชน
ซึ่งใช้การบริหารจัดการโดยผู้บริหารมืออาชีพเป็นหลัก
และมีแรงงานที่ใช้ความรู้เป็นฐานในการทำงานอยู่จำนวน
หนึ่ง ที่มีการกำหนดแนวทางในการแลกเปลี่ยนความรู้
ในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม แต่อย่างไรก็ตามก็ยังถือว่า
ความถี่ ความสม่ำเสมอ และความต่อเนื่องในการจัด
กิจกรรมยังอยู่ในระดับที่ไม่มากนัก

ด้านการสร้างความรู้ พบว่า ส่วนใหญ่การสร้าง
ความรู้เกิดจากหน่วยงานภายนอก และนำมาใช้ในธุรกิจ
มากกว่าจะเป็นการพัฒนา หรือสร้างขึ้นจากบุคลากร
หรือพนักงานภายในองค์กร ซึ่งการที่เป็นเช่นนี้ อาจจะ
สืบเนื่องมาจาก การที่ธุรกิจไม่มีกระบวนการแลกเปลี่ยน
ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในลักษณะของนโยบาย และ
ความสามารถของบุคลากรในการเป็นผู้ให้ และเป็นผู้รับ
ความรู้ จึงทำให้กระบวนการสร้างความรู้ตามแนวคิด
SECI ของ Nonaka (1991) ไม่เกิดขึ้น และไม่สามารถ
ที่จะยกระดับความรู้ และสร้างความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้น
ภายในองค์กรได้ ดังนั้น ในการปรับตัว และการแก้ไข
ปัญหาต่างๆ ในการดำเนินงานของธุรกิจ ที่ต้องการใช้
ความรู้ใหม่ จึงได้ใช้แนวทางในการจัดหาความรู้จาก
ภายนอกเป็นหลัก เช่น การใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก
การขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงาน
ที่ให้การสนับสนุนในเรื่องของข้อมูลการวิจัยต่างๆ รวมทั้ง
ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก็ยังไม่เห็นความสำคัญในเรื่อง
ของการลงทุน และการใช้งบประมาณในด้านการวิจัย
และการพัฒนาด้วยตนเอง ทั้งดังที่ได้กล่าวแล้วว่า ลักษณะ
ของธุรกิจในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม รูปแบบการบริหารจัดการความรู้จึงยัง
ไม่ได้มีการพัฒนามากนัก รวมทั้ง การแข่งขันในเชิงธุรกิจ

จะเน้นต้นทุนการผลิตที่ต่ำเป็นหลัก มากกว่าการพัฒนา
คุณภาพ หรือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้
เพราะลักษณะธุรกิจเป็นธุรกิจกลางน้ำ ที่เน้นการแปรรูป
ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบถึงสำเร็จรูป ที่นำไป
ป้อนให้แก่ธุรกิจปลายน้ำอีกทอดหนึ่ง

ด้านความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า
ระดับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในธุรกิจและกลุ่มผู้ประกอบการ
ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ยังมีระดับนวัตกรรมที่
อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมีลักษณะ
ค่อยเป็นค่อยไปที่ละน้อยเป็นส่วนใหญ่ (Incremental
Innovation) โดยเป็นนวัตกรรมประเภทนวัตกรรม
กระบวนการ (Process Innovation) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้
ก็อาจจะสืบเนื่องมาจาก การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ
ในเรื่องของการแลกเปลี่ยนความรู้ที่ค่อนข้างน้อย ดังนั้น
การสร้างความรู้ใหม่ภายในองค์กรจึงไม่ค่อยเกิดขึ้น
ดังนั้นการใช้ความรู้ใหม่จากภายนอกองค์กร จึงเกิด
ขึ้นเป็นครั้งคราว และส่งผลให้การพัฒนานวัตกรรม
จะกระทำเมื่อธุรกิจมีความจำเป็น เช่นในเรื่องของการลด
มลพิษจากโรงงาน ที่ทำให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
การพยายามที่จะลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น โดยลักษณะ
ดังกล่าวจะเป็นการพัฒนาในนวัตกรรมในเรื่องของ
กระบวนการผลิตเป็นหลัก จึงทำให้เกิดนวัตกรรมในเชิง
กระบวนการเป็นส่วนใหญ่ สำหรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่
ไม่ค่อยเกิดขึ้นนั้น อาจเนื่องมาจากเหตุผลที่เคยกล่าวถึง
เกี่ยวกับการที่ธุรกิจเป็นลักษณะของการผลิตวัตถุดิบ
เพื่อป้อนให้แก่โรงงานผู้ผลิตสินค้าปลายน้ำ หรือถึงมือ
ผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง จึงทำให้ลักษณะ และกระบวนการ
ผลิต รวมทั้งเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตไม่มีการเปลี่ยนแปลง
มากนัก จึงทำให้ไม่ค่อยเกิดนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ขึ้น
ส่วนนวัตกรรมด้านการบริหาร พบว่า เนื่องจากธุรกิจ
ส่วนใหญ่ เป็นลักษณะการบริหารแบบครอบครัวมากกว่า
ที่จะมืออาชีพในการบริหาร ดังนั้น การพัฒนา และการนำ
แนวคิดทางการบริหารใหม่ๆ เข้าใช้ในการพัฒนาองค์กร
และการพัฒนาบุคลากรจึงเกิดขึ้นน้อยมาก ซึ่งมีการนำ
แนวคิดการบริหารสมัยใหม่มาใช้บ้างก็เฉพาะในธุรกิจที่มี
ขนาดใหญ่ และมีรูปแบบธุรกิจในลักษณะบริษัทมหาชน
ที่มีการผู้บริหารมืออาชีพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการที่มีความสนใจที่จะนำแนวทางจากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาองค์กร จะต้องมีความตั้งใจ และความมุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนดไว้ในรูปแบบฯ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ รวมทั้งมีความพร้อมที่จะสนับสนุนในด้านของงบประมาณ ในการดำเนินกิจกรรม จึงจะทำให้การใช้แนวทางการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ เกิดประสิทธิผลขึ้น

2. หน่วยงานของรัฐ หรือสถาบันการศึกษา ที่สนใจหรือเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพในด้านการผลิต และการบริหารจัดการ ของกลุ่มผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์ม สามารถนำผลการวิจัย และแนวทางที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นแนวทาง การกำหนดหลักสูตร หรือรูปแบบในการพัฒนาความสามารถเชิงการบริหารของผู้ประกอบการ หรือ แผนงาน ในการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

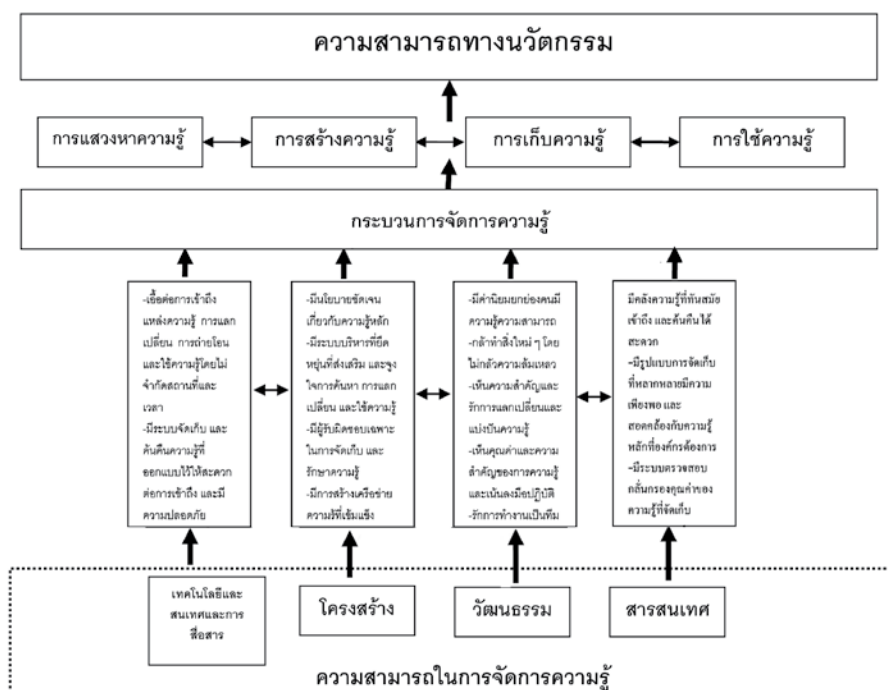
1. เนื่องจากข้อจำกัดในด้านงบประมาณในการวิจัย จึงทำให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการสกัดน้ำมันปาล์ม

เฉพาะในเขต 3 จังหวัด ภาคใต้ตอนบน คือ กระบี่ ชุมพร และสุราษฎร์ธานี เท่านั้น ดังนั้นหากผู้สนใจที่ต้องการ ขยายผลการศึกษาที่สามารถที่จะใช้แนวคิดของงานวิจัยนี้ ขยายผลให้ครอบคลุมผู้ประกอบการ ทั้งหมดในระดับ ประเทศ จะช่วยให้สามารถสภาพการณ์แลกเปลี่ยน ความรู้ การสร้างความรู้ และความสามารถทางนวัตกรรม ของอุตสาหกรรมนี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2. ผลจากการศึกษาในงานวิจัยนี้ พบว่า ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมนี้ของประเทศไทยมีนวัตกรรม เกิดขึ้นน้อยมาก หากจะได้มีการศึกษาขยายผลในเชิงการ เปรียบเทียบระหว่างประเทศที่มีอุตสาหกรรมการสกัด น้ำมันปาล์ม เช่น มาเลเซีย กับ ประเทศไทย ถึงระดับ หรือความสามารถทางนวัตกรรมว่ามีความแตกต่างกัน หรือไม่ และขึ้นอยู่กับปัจจัยอะไรบ้าง

แนวทางและรูปแบบการนำผลการวิจัยไปใช้ ประโยชน์

สำหรับบริษัทสกัดน้ำมันปาล์มหรือผู้ประกอบการ ผู้บริหารจะได้นำรูปแบบฯ ที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการปรับปรุง และพัฒนาองค์กรนั้นสามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้ ไปเป็นแนวทางได้ตามแผนภาพด้านล่าง



ภาพที่ 1 รูปแบบการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้เพื่อสร้างความสามารถทางนวัตกรรม

รูปแบบที่พัฒนาขึ้นนี้ได้มีการสรุปคุณลักษณะที่สำคัญขององค์ประกอบความสามารถในการจัดการความรู้ และใช้เป็นกรอบแนวคิดหรือแนวทางในการนำเสนอวิธีการ เครื่องมือ และแนวปฏิบัติต่างๆ เพื่อพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้เพื่อสร้างความสามารถทางนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง อุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มได้มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนในการนำรูปแบบไปใช้ และสามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรมในที่สุด โดยจากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปที่สำคัญ คือ การจัดการความรู้ที่ดีและทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์กร จะช่วยทำให้องค์กรมีความสามารถในการปรับตัวที่ดีขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่จะเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อองค์กร รวมถึงมีความสามารถในการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้มากขึ้น และสามารถพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของตนให้ดีขึ้นได้นั้น องค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นสำหรับการพัฒนาความสามารถพื้นฐานในการจัดการความรู้ได้ 4 ประเด็นดังนี้

1) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารและการสื่อสาร

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารขององค์กรต้องมีลักษณะที่เอื้อต่อการทำให้องค์กรขององค์กรสามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ และถ่ายโอนความรู้ ตลอดจนนำความรู้ไปใช้ได้ตลอดเวลา และไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ และเวลาของการใช้งาน รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในองค์กรควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้ประสิทธิภาพสูง ทั้งในด้านเวลาและด้าน คุณภาพของการสื่อสาร โดยผู้ประกอบการต้องมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างเพียงพอ เช่น Server, Intranet, E-mail, Web Casting, Web Conference, Microsoft SharePoint, Wireless System, LAN System เป็นต้น อีกทั้งต้องคำนึงประสิทธิภาพในการทำงานของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ต้องให้มีประสิทธิภาพสูง รวมทั้งควรจัดให้มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เพียงพอแก่

พนักงานทุกคน และ องค์กรควรมีความพร้อมในด้าน KM Tools ที่สนับสนุนการแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยน และการถ่ายโอนความรู้ เช่น Blog, Webboard, Wiki, Video Clip Sharing, Chat Room, Web on Demand, Web Broadcasting, Microsoft SharePoint และ e-learning ในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

2) การพัฒนาด้านโครงสร้าง

ผู้ประกอบการต้องมีระบบการบริหารที่มีความยืดหยุ่นสูง มีลักษณะส่งเสริม และกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรมีความสนใจ และมีความตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยน การถ่ายโอนและใช้ประโยชน์จากความรู้ เพื่อการพัฒนาการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่มีลักษณะเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เช่น การสนับสนุนให้เป็นสมาชิก Community of Practice (CoP) จัดกิจกรรม Show & Share ส่งเสริมการเข้าถึงความรู้จาก Google, Wikipedia, YouTube, BitTorrent และ Blog ต่างๆ รวมทั้งจัดให้มีเว็บไซต์ขององค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงาน Microsoft Share Point มาใช้ในระบบเครือข่ายภายใน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สามารถพบปะพูดคุยกันได้ง่ายและสะดวก เช่น จัดให้มีพื้นที่ในที่ทำงานที่มีลักษณะเป็น Zone ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดที่ทำงานให้มีลักษณะเป็น Mobile Office, Smart Office มีความยืดหยุ่นในเรื่องเวลาการทำงานในสำนักงาน และการแต่งกาย การทำงานเป็นทีมในลักษณะข้ามสายงาน (Cross Functional Team) เป็นต้น

นอกจากนั้นผู้ประกอบการต้องจัดให้มีหน่วยงานพัฒนาองค์กร (Organizational Development) หรือ หน่วยงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับนโยบาย แผนงาน และกิจกรรมในการจัดการความรู้ และเชื่อมโยงความรู้ต่างๆ ที่มีความจำเป็นให้หน่วยงานหรือบุคลากรที่มีความต้องการ รวมทั้งต้องกำหนดให้แต่ละแผนกหรือ Business Unit มีการจัดตั้งคณะบุคคลทำหน้าที่จัดเก็บความรู้ และจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในแผนกของตนให้กับบุคคล หรือหน่วยงานอื่นๆ ในองค์กร

3) การพัฒนาด้านวัฒนธรรม

ผู้ประกอบการต้องมีการสร้างค่านิยมให้บุคลากรมีค่านิยมในการทำงานที่มีลักษณะกล้าที่จะคิดและทำในสิ่งใหม่ๆ ที่มีเป้าหมายทำให้องค์กรได้รับประโยชน์โดยไม่กลัวความล้มเหลว หรือความผิดพลาดที่จะส่งผลกระทบต่อประเมินผลการปฏิบัติงาน และรักในการเรียนรู้ทักษะ ประสบการณ์ และความรู้จากบุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยผู้ประกอบการต้องกำหนดแนวทางการสร้างค่านิยมและปรับพฤติกรรมของบุคลากรให้มีลักษณะกล้าพูดกล้าทำ (Assertive) กล้าเสี่ยงกล้าริเริ่ม (Risk Taking) กล้าคิดนอกกรอบ (Thinking out of the Box) เป็นต้น โดยการใช้การเรียนรู้แบบ Constructivism ที่เน้นการทำ Project ในองค์กร ปรับพฤติกรรมของบุคลากรให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Leader) และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง (Facilitator) โดยจัดหลักสูตรการอบรม และการบริหารให้เป็นแบบอย่าง รวมทั้งส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่สนับสนุนการเรียนรู้ของบุคลากร เช่น Show & Share, Best Practice Award การส่งเสริมการจัดกิจกรรมแบ่งปันความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น เพื่อนช่วยเพื่อน พี่สอนน้อง ชุมชนนักปฏิบัติ (CoP) เป็นต้น

4) การพัฒนาด้านสารสนเทศ

สำหรับองค์ประกอบด้านสารสนเทศ เป็นการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ระดับองค์กร (Organizational Level) หมายถึง การพัฒนาฐานข้อมูลคลังความรู้หรือระบบสารสนเทศต่างๆ ในองค์กร โดยให้มีความทันสมัย และสามารถที่จะเข้าถึง และค้นคืนมาใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวก โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา และสถานที่ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องจัดทำ Knowledge Database ขององค์กรในลักษณะที่เป็น KM Web และต้องมีการออกแบบระบบการจัดเก็บข้อมูลความรู้ และระบบสืบค้น (Search Engine) ที่ออกแบบขึ้นใช้โดยเฉพาะในองค์กร เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นคืนได้ตามความต้องการอย่างสะดวก รวมทั้งต้องกำหนดให้มีการสร้างความรู้ในหลายลักษณะ เช่น Lesson Learned, AAR, Case Study บันทึกความคิดเห็นใน Blog รายงาน

การประชุม Workflows เป็นต้น และมีการนำเสนอความรู้ในหลายรูปแบบ เช่น คู่มือ วารสาร รายงาน ทั้งในลักษณะที่เป็นเอกสาร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Intranet, E-Library, E-Book, E-Magazine เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Byrd, T.A., & Turner, D.E. (2001). An Exploratory Examination of the Relationship between Flexible IT Infrastructure and Competitive Advantage. **Journal of Information and Management**, 39, 41-52.
- Davis, F.D. (1986). **A technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results**. Ph.D. Dissertation. Sloan School of Management (MIT).
- _____. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319-339.
- Dorf, Richard C. & Byers, Thomas H. (2008). **Technology Ventures : from Idea to Enterprise**. New York : McGraw-Hill.
- Export-Import Bank of Thailand. (2009). **EXIM Thailand Reveals the Illusion of High-Tech Driven Export Growth : Time to Standardize and Relocate**. Retrieved March 5, 2009, from, <http://www.EXIM.go.th>
- Figallo, Gliff & Rhine, Nancy. (2002). **Building the Knowledge Management Network : Best Practices. Tools and Techniques for Putting Conversation to Work**. New York : Wiley Publishing.
- Hendriks, Paul H. J. (2001). Many Rivers to Cross : from ICT to Knowledge Management Systems. **Journal of Information Technology**, 16, 57-72.

- Ministry of Industry. Department of Industrial Works. (2010). **Lists of licensed factories end of 2009**. (In Thai). Retrieved October 29, 2010, from <http://www.diw.go.th/diw/index.asp>
- National Innovation Agency. (2005). **Cutting edge Thai's innovation**. (In Thai). Bangkok : National Innovation Agency.Ministry of Science and Technology.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic theory of Organizational Knowledge Creation. **Journal of Organization Science**, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I. (1991). The Knowledge-Creating company. **Harvard Business Review**, 69:96-104.
- Nonaka, I. & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: Knowledge Creation as a synthesizing process. **Knowledge Management Research & Practice**, 1, 2-10.
- Popadiuk, Silvio & Choo, Chun Wei. (2006). Innovation and knowledge creation : How are these concepts related? **International Journal of Information Management**, 26, 302-312.
- Rowley, J. (1999). What is Knowledge Management. **Library Management**, 20(8), 416-419.
- Sanchez, Ron. (2001). **Knowledge Management and Organizational Competence**. New York : University Press.
- Schumpeter, J. (1934). **The theory of economic development**. (reproduced, New York: 1961). Cambridge : Harvard University Press.
- Thai National AGRIS Centre. (2010). **Statistic system**. (In Thai). Retrieved December 1, 2010, from http://www.oae.go.th/oae_report/price/price_by_day.php
- Panich, Vicharn. (2005). **Knowledge management : practitioner version**. (In Thai). Bangkok : Sukkapabchai Press.
- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. 11(1), 25-41.