บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลต่างๆ จากหนังสือ บทความ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ เพื่อใช้เป็นแนวคิดในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว

2.2 แนวคิดการเสนอข่าวคุณภาพ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การจัดการความรู้

2.4 ทฤษฎีวิศวกรรมความรู้ (Knowledge Engineering)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว

2.1.1 ความหมายของผู้ประกาศข่าว

ผู้ประกาศข่าว (Anchor) ในความหมายนี้ จะทำหน้าที่เขียนบทสำหรับการอ่านข่าวด้วย นอกจากที่จะต้องทำหน้าที่รายงานข่าวสดในเหตุการณ์จริงแล้ว ยังต้องทำรายงานข่าวพิเศษอีกด้วย ไดม่ได้ทำหน้าที่ประกาศข่าวแต่เพียงอย่างเดียว

สำหรับผู้ประกาศข่าวที่มีความรู้ ความเข้าใจในข่าวสารสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าว สามารถสัมภาษณ์แขกรับเชิญในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับข่าว หรือดำเนินรายการอภิปรายในหัวข้อข่าวได้ สำหรับการวิเคราะห์ข่าวต้องมีการหาความรู้เพิ่มเติมมาแต่งเติมในการนำเสนอข่าว นอกจากนี้แล้วผู้ประกาศข่าวยังต้องทำหน้าที่อีกมากมายเกินกว่าที่เราคิด ได้แก่ การทำหน้าที่เขียนข่าว ผลิตข่าว ตัดต่อข่าวด้วยในบางครั้ง และยังต้องเป็นผู้กำกับและบรรณาธิการข่าวไปด้วย (White, 1990)

Nancy Reardon (2007) ได้ให้ความหมายของผู้ประกาศข่าวว่า ผู้ประกาศข่าว คือ การสร้างสรรค์ของงานด้านโทรทัศน์ ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสาร โดยที่ผู้ประกาศข่าวเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อหน้ากล้องในทุกสถานีโทรทัศน์ มีความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ มีงานที่มากมาย ที่ต้องใช้ความเชียวชาญและความสามารถส่วนตัว ซึ่งในหลายกรณีที่ผู้ประกาศข่าวกลายเป็นภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ หรือเปรียบเทียบได้กับสมอเรือที่คอยควบคุมให้คงที่ในทุกสภาพอากาศที่ต้องเผชิญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.1.2 คุณสมบัติของผู้ประกาศข่าว

Bruce Lewis (1996) กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ที่ดีว่าควรประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ที่ผสมรวมกันอยู่ ดังต่อไปนี้

- มีรูปร่างหน้าตาดี
- มีน้ำเสียงและคำพูดที่ชัดเจน
- มีความรู้และประสบการณ์
- มีความเฉลียวฉลาด
- เป็นผู้มีอารมณ์ขัน
- มีความอดทน
- เป็นผู้รู้จักคิดสร้างสรรค์
- มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- มีความเชื่อมั่นในตัวเอง และอ่อนน้อมถ่อมตน
- มีความสามารถในการทำงานกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

Ray White (1990) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นกฎเกณฑ์พื้นฐานเพื่อตัดสินว่าใครสามารถทำงานด้านการข่าวโทรทัศน์ไว้ดังนี้

1. รูปร่างหน้าตา (Loop) คนที่จะเป็นผู้ประกาศข่าวได้นั้นไม่ต้องหล่อ หรือสวยเหมือนดารา เพราะสิ่งเหล่านั้นสามารถปรุงแต่งขึ้นมาได้โดยใช้การเสริมอำพรางสิ่งบกพร่องที่มีอยู่ไม่ให้เป็นสิ่งที่สังเกตได้

2. น้ำเสียง (Voice) การมีน้ำเสียงชัดเจน มีจังหวะวรรคตอนในการอ่านที่ถูกต้องรวมทั้งมีความถูกต้องด้านอักขระ ย่อมชวนให้การอ่านข่าวน่าฟัง น่าติดตามมากขึ้น

3. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) แม้ว่ารูปร่างหน้าตาจะเป็นสิ่งแรกที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชม แต่ว่าก็อาจมีข้อยกเว้นได้ เพราะเราคงเคยเห็นผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ที่หน้าตาไม่เป็นที่น่าประทับใจ แต่เขาก็มีคุณสมบัติที่ดึงดูดให้ติดตามได้ นั่นก็คือความน่าเชื่อถือนั่นเอง

4. ภาพที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ ซึ่งประกอบไปด้วย ทรงผม (Hair Style) การแต่งหน้า (Make Up) การแต่งกาย (Dress) สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบอย่างมากต่อการปรากฏต่อของผู้ประกาศข่าวต่อหน้าสาธารณชน

5. ประสบการณ์ (Experience) ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ที่ยังไม่มีประสบการณ์ มักกังวลใจในเรื่องรูปร่างหน้าตามากกว่าจะดูเป็นอย่างไร และผู้ชมจะรู้สึกเช่นไร ในเรื่องการพูดต่อสาธารณชนนั้น บางคนก็มีพรสวรรค์มาก แต่บางคนมีความประหม่ามาก แต่สิ่งเหล่านี้จะค่อยๆ ดีขึ้นเมื่อมีประสบการณ์ในการพูดออกอากาศบ่อยขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. การเป็นผู้มีอารมณ์ขัน สนุกสนาน (Sense of humor) ทำให้การทำงานไม่เครียดมากไป แม้ว่างานที่กำลังทำอยู่อาจดูน่าเบื่อ ก็ควรปรับอารมณ์ ปรับสภาพจิตใจให้มองทุกอย่างในแง่ดี

7. การทำงานร่วมกับผู้อื่น หรือการทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทำให้งานสำเร็จได้อย่างราบรื่น รวดเร็ว การช่วยเหลือกันในการทำงานจะทำให้ทุกอย่างดูง่ายขึ้น

นอกจากนี้ คุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวที่ดีและจำเป็นสำหรับผู้ประกาศข่าว จะต้องเริ่มต้นจากทักษะการใช้ภาษา การอ่านที่ชัดเจน บุคลิกท่าทาง ความน่าเชื่อถือ มีความรอบรู้พอสมควร เพราะผู้ประกาศข่าวคือผู้ถ่ายทอดเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ให้กับผู้ชมได้เข้าใจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกาศข่าวต้องรู้เรื่องและทำความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวนั้นๆ ถึงแม้ว่าข่าวนั้นจะไม่ถนัดหรือยากก็ตาม และสิ่งสำคัญอีกอย่างคือผู้ประกาศต้องสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ เช่น กรณีที่เราต้องสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ หรือสัมภาษณ์สดๆ หากเกิดมีปัญหาต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ได้ ที่สำคัญต้องมีสติพอสมควร

เออร์วิง แฟรงค์ (Fang, 1972, อ้างถึงใน เหมือนฝัน ประสานพานิช, 2548) กล่าวว่า การทำหน้าที่ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ที่เหมาะสมถูกต้องนั้น มีวิธีการปฏิบัติดังนี้

1. พูดให้เข้าใจ (Speaking clearly) ผู้ประกาศข่าวต้องอ่านข่าวให้ผู้ชมเข้าใจ ดังนั้นการพูดที่ชัดเจนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าหากผู้ประกาศข่าวมีน้ำเสียงไม่ไพเราะก็ไม่ต้องดัดเสียง เพราะเสียงที่ดูไม่เป็นธรรมชาติจะทำให้ไม่น่าฟัง

2. มีไหวพริบ (Sense of News) ในการอ่านข่าวนั้น ผู้ประกาศข่าวอาจมีอารมณ์ร่วมกับข่าวหรือมีไหวพริบในการอ่านข่าว เช่น ควรใช้ภาษาที่แสดงถึงความรู้สึกเสียใจต่อข่าวของการสูญเสียเรื่องเศร้าโศก

3. รู้เนื้อหาข่าว (Know his subject) ผู้ประกาศข่าวต้องอ่านข่าวให้ผู้ชมเข้าใจถึงเรื่องที่กำลังอ่านอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อข่าว การอ่านชื่อ หรือคำในภาษาต่างประเทศอื่นได้อย่างถูกต้อง ซึ่งการที่จะได้เช่นนั้นผู้ประกาศต้องเข้าในในข่าวนั้นๆ พอสมควร

4. ทำงานประสานกับผู้อื่น (Smooth flow) เพื่อให้การอ่านข่าวออกอากาศสำเร็จลงอย่างราบรื่น ผู้ประกาศข่าวจำเป็นต้องทำงานกับบุคคลในฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความสอดคล้องประสานกัน อย่างเช่น ถ้าผู้กำกับให้เวลาในการบรรยายภาพ 5 วินาที ผู้ประกาศจะต้องอ่านข่าวนั้นให้จบทันกับภาพภายใน 5 วินาที และถ้าเกิดปัญหาที่ภาพบนจอไม่ตรงกับคำบรรยาย ผู้ประกาศก็ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยตัดสินใจว่าควรกล่าวขอโทษทันทีหรืออ่านข้ามไปเลย

5. ตามองไปที่ผู้ชม (Maintaining contact with his audience) เวลาที่อ่านข่าวผู้ประกาศควรจะมองผู้ชมโดยการมองตรงมาที่กล้อง จะทำให้เหมือนกับว่าผู้ประกาศกำลังพูดกับผู้ชมอยู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นอกจากนี้ อิเวอร์ ยอร์ค (Yorke. 1995, อ้างถึงใน สนมพร ฉิมเฉลิม, 2542) ยังได้ระบุถึงคุณสมบัติเพิ่มเติมของผู้ประกาศข่าวว่า

ในส่วนคุณสมบัติอื่นๆ ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกาศข่าว คือ การปรากฏตัวหน้าจอโทรทัศน์ด้วยท่าทางที่มีอำนาจ หมายถึง การวางตัวให้ดูดี การเลือกใช้คำพูดที่ชัดเจน การไม่เลือกใช้คำพูดหรือท่าทางบางอย่างที่ใช้ติดเป็นนิสัย และความสามารถที่จะรักษาความสงบเยือกเย็นไว้ได้เมื่อสิ่งต่างๆ บางครั้งเกิดความผิดพลาดไปจากแนวทางที่วางไว้ อันเป็นความสามารถพิเศษของการนำเสนอข่าว และคุณสมบัติที่ดูเหมือนจะโดดเด่นที่ดีที่สุดในจำนวนคุณสมบัติทั้งหมด ที่จะนำไปใช้กับงานข่าวโทรทัศน์ได้นั้น คือ การนำเสนอข่าวต้องมีความน่าเชื่อถือว่าผู้ประกาศข่าวเป็นผู้รู้จริงเกี่ยวกับข่าวที่กองบบรรณาธิการเป็นผู้นำเสนอทั้งหมด

วันชัย ธนะวังน้อย (2556) กล่าวว่า คุณลักษณะต่างๆ ที่ผู้ประกาศทางวิทยุ และโทรทัศน์พึ่งมี ได้แก่

1. น้ำเสียงและคำพูด ซึ่งการมีเสียงดีและคำพูดที่ดีเป็นสิ่งที่จำเป็นมากผู้ประกาศควรมีความรู้เกี่ยวกับภาษา การออกเสียงถ้อยคำ ประโยค รู้จักจัดระดับเสียง เว้นจังหวะในการพูด การเน้นเสียงและมีความสามารถในการใช้คำพูดติดต่อสื่อสารให้ได้ผล

2. รูปร่างหน้าตา การที่มีรูปร่างหน้าตาดี ไม่พิการ หรือดูแล้วชวนสงสาร ผิวไม่ขาวมากและต้องไม่หล่อหรือสวยมากๆ เพราะจะสื่อความหมายไม่ดีนัก เนื่องจากคนจะมุ่งสนใจที่รูปร่างหน้าตาเพียงเท่านั้น

3. การศึกษา และประสบการณ์ การที่มีความรู้กว้างขวาง ศึกษาเรื่องต่างๆ ทุกแง่มุมทั้งในด้านดีและไม่ดี เพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลเปรียบเทียบแง่คิดต่างๆ ได้ การมีการศึกษาในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าต้องเป็นผู้มีความรู้สูง

4. สุขภาพร่างกาย การมีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ รักษาอวัยวะบริเวณศีรษะ จมูก ปาก ลำคอ ให้อยู่ในสภาพปกติ เพราะบางครั้งจะต้องไปทำข่าวฉุกเฉิน ไปสัมภาษณ์ใครต่อใครแล้วมาเสนอให้ทันเวลา ผู้ประกาศทางโทรทัศน์จะต้องทนแสงสีและเสียงต่างๆ ได้ ถ้าร่างกายไม่ไหวแต่รักอาชีพนี้ก็อาจจะทำงานได้ไม่เต็มเวลา เพราะฉะนั้นจึงควรเอาใจใส่สุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอ

5. ปฏิภาณไหวพริบ การมีปฏิภาณไหวพริบ และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันที

6. อารมณ์ขัน สนุกสนาน ทำตนเองให้ดูสดใส มีความสุข และทำให้ผู้ชมที่ชมรายการโทรทัศน์เพื่อการพักผ่อนมีความสุขด้วย จึงควรยิ้มแย้มขณะที่พูด

7. ความจริงใจ คือการแสดงออกทางใบหน้า สายตา น้ำเสียง การเลือกใช้คำพูด มีใจกว้าง รู้จักชมและสนับสนุนคนอื่น ไม่ถือตัว จริงใจต่อหน้าที่ ไม่คำนึงแต่ความสนุกและเงิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. ความกระตือรือร้น การมีความกระตือรือร้นอยู่เสมอ พยายามทำงานให้ดีขึ้นเรื่อยๆ แสวงหาวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน จะได้ไม่เบื่อตัวเอง

9. ความอดทน มีความอดทนต่อความจำเจ ประกาศซ้ำๆ หลายๆ ครั้งในแต่ละวัน อดทนต่อสภาพวุ่นวายในสตูดิโอขณะที่เราต้องการสมาธิในการเตรียมตัว

10. จินตนาการ ผู้ประกาศข่าวต้องคิดว่ากำลังพูดกับใคร อยู่ตรงไหน ต้องพูดกับคนนั้นคนเดียว จะต้องคิดว่าถ้าพูดอย่างนี้เขาจะรู้สึกอย่างไร จะเปลี่ยนวิธีการใหม่ไปอย่างไร

11. การทำงานเป็นทีม ผู้ประกาศข่าวสามารถที่จะทำให้งานรวดเร็วและสอดคล้องกันในทีม

สำหรับทัศนะของผู้ประกาศข่าวในปัจจุบัน ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกาศข่าวที่ดีไว้ว่า (ศศินา วิมุตตานนท์, 2552)

1. มีบุคลิกภาพ ภายนอกที่ดูดี มีความโดดเด่น ดูน่าประทับใจ มีลักษณะที่เป็นมิตร เนื่องจากการเป็นผู้ประกาศข่าวนั้นบางครั้งอาจจะต้องไปลงพื้นที่ทำข่าวเอง การต้องเข้าไปพูดคุยสัมภาษณ์กับคนที่ไม่เคยรู้จักเห็นหน้ากันมาก่อน จะต้องมีท่าทีที่เป็นมิตรให้ชาวบ้านผู้อยู่ในเหตุการณ์ไว้ใจเชื่อใจกล้าที่จะเปิดเผยรายละเอียดให้ฟัง

2. มีน้ำเสียงนุ่มนวลน่าฟัง เพราะการใช้เสียงเป็นสิ่งสำคัญ เสียงดังฟังชัด วรรคตอนควบกล้ำ สม่ำเสมอ น้ำเสียงน่าฟัง ในขณะที่อ่านข่าวควรมีสีหน้า และน้ำเสียงที่ยิ้มแย้มให้ผู้ฟังรู้สึกสบายเมื่อได้ฟัง

3. มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นตัวอย่างที่ดีน่าเชื่อถือสำหรับผู้ฟังผู้ชม นอกเหนือจากบทบาทหน้าจอโทรทัศน์แล้ว การปรากฏตัวทั่วไปในงานต่างๆ ก็ควรเป็นไปด้วยการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย เพราะถือเป็นภาพลักษณ์และหน้าตาของบริษัทหรือช่องสถานีที่สังกัด

4. มีความรู้รอบตัว สนใจฟังข่าวสารบ้านเมือง เกาะติดสถานการณ์ว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ใครเป็นใครในสังคมบ้านเมือง ที่สำคัญต้องพร้อมที่จะเรียนรู้อะไรใหม่ๆ อยู่เสมอ และในแต่ละข่าวสารที่ฟังมาต้องสามารถจับประเด็นได้ในระยะเวลาอันสั้น วิเคราะห์ข่าวได้ ถ้าไม่เข้าใจควรซักถามผู้ควบคุมรายการอย่าปล่อยให้ความไม่รู้คาใจ

5. ตรงต่อเวลา การทำงานโทรทัศน์เรื่องการตรงต่อเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะกว่าที่งานจะออกมาได้แต่ละชิ้นไม่ใช่จากการทำงานของผู้ประกาศคนเดียวแต่เป็นผลงานของทีมงาน ดังนั้นการตรงต่อเวลาเป็นเรื่องสำคัญ ผู้ประกาศต้องเผื่อเวลาแต่งหน้า ทำผม มาประชุมก่อนเข้าข่าวว่าในวันนี้มีเหตุการณ์อะไรบ้าง

6. รู้จักให้เกียรติผู้ร่วมงาน ทั้งผู้สื่อข่าวที่เขียนบทให้ บรรณาธิการ รวมถึงทีมงานทุกคนในสถานี และมีสติในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7. ประเมินผลงานของตัวเองเสมอ ทุกครั้งที่ทำงานจบลงต้องประเมินตนเองว่าการทำงานที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ควรเพิ่ม ควรลดอะไร ต้องปรับปรุงอะไรบ้าง ดีพอหรือยัง ต้องพัฒนาด้านใดที่บกพร่อง

8. มีจรรยาบรรณ หมายถึงมีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวไม่เอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือใส่อารมณ์กับข่าว ผู้ประกาศคือผู้ถ่ายทอดสารอย่างตรงไปตรงมาและเป็นกลาง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ใคร

2.1.3 หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกาศข่าว

ผู้ประกาศข่าวต้องทำงานร่วมกับวัตถุดิบจากหลายแหล่ง เช่นกับผู้รายงานข่าวในเหตุการณ์ ผู้เขียนข่าว ผู้สื่อข่าว ถึงแม้ในที่สุดผู้ที่ตัดสินใจว่าจะนำข่าวเรื่องใดมานำเสนอออกอากาศจะเป็นหน้าที่ของผู้อำนวยการข่าวหรือผู้ผลิตข่าว แต่ผู้ประกาศข่าวจะต้องไปมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอนของการจัดเตรียมข่าวที่จะออกอากาศ ซึ่งการที่ผู้ประกาศข่าวได้เข้าไปมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนในการจัดเตรียมข่าวที่จะนำเสนอนั้น ถือเป็นความจำเป็นที่จะทำให้ผู้ประกาศข่าวเป็นผู้ที่งานด้านกระจายเสียงโดยแท้จริง นอกจากนั้นผู้ประกาศข่าวยังต้องเรียนรู้ที่จะทำงานร่วมกับทีมงานด้านการผลิตข่าวอีกหลายคน และจะต้องเผชิญกับภาวะที่บทข่าวจะถูกเปลี่ยนแปลงแก้ไขจนนาทีสุดท้าย ซึ่งบางครั้งผู้ประกาศข่าวอาจไม่มีโอกาสได้เห็นบทข่าวก่อนการออกอากาศเลยก็ตาม

ในการปฏิบัติหน้าที่ผู้ประกาศข่าวแต่ละวัน ผู้ประกาศข่าวจะต้องเข้าร่วมกับกองบรรณาธิการ เพื่อที่จะถกเถียงและกำหนดประเด็นข่าวหรือเรื่องราวที่สำคัญในวันนั้นๆ โดยที่ ผู้ประกาศข่าวจะเป็นผู้เขียนข้อความโปรยหัวของแต่ละข่าว โดยเฉพาะบรรดาสกู๊ปข่าวที่ผู้สื่อข่าวได้ผลิตลงเสียงตัดต่อภาพไว้เสร็จเรียบร้อยแล้ว รวมทั้งการพูดเปิดรายการ การพูดเชื่อมเพื่อเกริ่นนำเข้าสู่ข่าวสำคัญ ข่าวเด่นประจำวันให้น่าสนใจและน่าติดตามด้วย (สนมพร ฉิมเฉลิม, 2542)

Ray White (1990) ยังได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของผู้ประกาศข่าวไว้เพิ่มเติมด้วยว่า ผู้ประกาศข่าวหลักส่วนใหญ่ จะช่วยให้การจัดทำสคริปต์ข่าวสำหรับออกอากาศนอกจากนี้จะต้องจัดทำหัวข้อข่าวที่น่าสนใจออกอากาศเพื่อแนะนำให้ผู้ชมได้ติดตามรายละเอียดในข่าวภาคค่ำ และผู้ประกาศข่าวจะต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้รายงานข่าวจากนอกสถานี ซึ่งในสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ของสหรัฐอเมริกานั้น โดยปกติแล้วผู้ประกาศข่าวจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำข่าว ตั้งแต่ต้นจนกระทั้งออกอากาศ โดยเฉพาะในสถานีโทรทัศน์ขนาดเล็กหรือขนาดกลางด้วยแล้ว ผู้ประกาศหลักจะต้องเป็นทั้งผู้สื่อข่าว คนเขียนข่าว ผู้ผลิตข่าว และตัดต่อเทปข่าวด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกาศข่าวอาจทำหน้าที่ในตำแหน่งผู้อำนวยการข่าวและเป็นบรรณาธิการข่าวที่คอยสั่งงาน มอบหมายการทำข่าวด้วยตนเอง แต่ในสถานีโทรทัศน์ขนาดใหญ่นั้น ผู้ประกาศข่าวหลักเพียงแต่เข้าไปมีส่วนช่วยเขียนข่าว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในการออกอากาศ ซึ่งเป็นกฎเกณฑ์โดยทั่วไป แต่ผู้ประกาศข่าวในสถานีโทรทัศน์ขนาดใหญ่ก็มีข้อจำกัดในหน้าที่รับผิดชอบอยู่พอสมควร ไม่เหมือนในสถานีโทรทัศน์ขนาดเล็ก

นอกจากนี้ ผู้ประกาศข่าวหลักจะต้องมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของสถานี ทั้งนี้เพราะเป็นบุคคลากรในสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในท้องถิ่น และผู้ประกาศข่าวส่วนมากจะมาจากผู้สื่อข่าวซึ่งนับว่าการเป็นผู้สื่อข่าวถือว่าเป็นประตูไปสู่การเป็นผู้ประกาศข่าวก็ว่าได้

2.2 แนวคิดการเสนอข่าวคุณภาพ

2.2.1 ความหมายของข่าว

ข่าว คือ สิ่งที่ได้รับการรายงานหรือบอกเล่าให้คนรับรู้ ข่าวจึงไม่จำกัดเฉพาะการรายงานเหตุการณ์ปัจจุบันเท่านั้น สิ่งที่เกิดในอดีต รวมถึงเหตุการณ์ที่ยังไม่เกิดขึ้นแต่คาดว่าจะเกิด ก็อาจเป็นข่าวได้เมื่อได้รับการรายงาน โดยข่าวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ คือ ข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง ความน่าสนใจ ความสำคัญ การรายงาน และผู้อ่าน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

2.2.2 องค์ประกอบข่าว

การพิจารณาคุณลักษณะสำคัญของข่าว คือ ความน่าสนใจและความสำคัญต้องพิจารณาจากมุมมองของผู้อ่าน ไม่ใช่ทัศนะของนักข่าวหรือผู้สื่อข่าวฝ่ายเดียวเท่านั้น ผู้สื่อข่าวต้องเรียนรู้และเข้าใจจิตวิทยาการบริโภคข่าวสารของผู้อ่านว่ามีความสนใจในเรื่องราวประเภทใดบ้าง ทั้งนี้เพราะหน้าที่ของผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว และบรรณาธิการข่าว คือ การรายงานและนำเสนอข่าวและสารที่ประชาชนอยากรู้ (Want to know) กล่าวคือ ข่าวนั้นต้องมีความน่าสนใจ มีความสำคัญสำหรับผู้ชม ผู้อ่าน แม้ข่าวบางประเภทอาจไม่น่าสนใจสำหรับผู้ชมบางกลุ่ม แต่ถ้าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อสังคมแล้ว ผู้ประกาศข่าว หรือผู้สื่อข่าวก็ควรต้องรายงานให้ผู้อ่านได้รับรู้ โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์ของสังคม และข้อเท็จจริงที่ถูกต้องทันสมัย ความน่าสนใจและความสำคัญเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ใช้ประเมินคุณค่าข่าวว่าสมควรได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์หรือนำเสนอหรือไม่ โดยปกติแล้วข่าวที่มีคุณค่าสูงมักทั้งความสำคัญ (Significance) และความน่าสนใจ (Interest) ในตัวเอง (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้อ่านส่วนใหญ่ในสังคม ผลกระทบดังกล่าวมีขอบเขตกว้างขวางถึงประชาชนจำนวนมาก เช่น การขึ้นราคาน้ำมันเบนซินของตลาดโลก ทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นกระทบต่อการครองชีพของประชาชนทั้งประเทศ ซึ่งคุณลักษณะความสำคัญของข่าว เป็นข้อเท็จจริงที่ผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าวจะหลีกเลี่ยงการนำเสนอไม่ได้ เพราะถ้าไม่รายงานให้ผู้ชม และผู้อ่านรับรู้ก็มีโอกาสส่งผลเสียต่อส่วนรวม เช่น สื่อมวลชนไม่ได้ตระหนักถึงสัญญาณร้ายแรงของสถานการณ์เศรษฐกิจช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปลายปี

พ.ศ.2539 และต้นปี พ.ศ.2540 ไม่มีการส่งสัญญาณรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจที่ล้มเหลวให้ประชาชนทราบอย่างจริงจัง จึงไม่มีการเตรียมรับสถานการณ์ที่ตามมา ทำให้ประชาชนทั้งประเทศตั้งตัวไม่ติดและได้รับผลกระทบอย่างทั่วถึงเป็นเหตุให้ชีวิตพลิกผันอย่างไม่น่าเชื่อมากมาย

ความน่าสนใจ หมายถึง เหตุการณ์ที่ทำให้ประชาชนสนใจใคร่รู้ อยากติดตามอ่าน คุณลักษณะข้อนี้เป็นองค์ประกอบหลักของข่าว เพราะหากข่าวขาดความน่าสนใจ คนก็จะไม่ชมข่าวโทรทัศน์ หรือไม่อ่านหนังสือพิมพ์ ผู้รายงานข่าวจำเป็นต้องมีประสบการณ์ความชำนาญ มีลีลาการนำเสนอข่าวให้น่าสนใจ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

2.2.3 คุณลักษณะของข่าว

เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอข่าวแตกต่างจากรูปแบบงานเขียนประเภทอื่น เพราะการรายงานข่าวนั้น บุคลากรในงานข่าว มุ่งนำเสนอแต่ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องเที่ยงตรงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือตามสถานการณ์ที่เป็นอยู่เท่านั้น ซึ่งคุณลักษณะของข่าวที่ดี ประกอบด้วย (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

1. ความถูกต้อง หมายถึง ความถูกต้องและเที่ยงตรงของข้อเท็จจริงในรายงานข่าวที่ปรากฏสู่สายตาผู้อ่าน หมายความว่า ก่อนที่ผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าวจะรายงานข่าวควรตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริงให้แน่นอนเสียก่อนว่าไม่มีข้อผิดพลาดใดๆ ที่จะนำไปสู่การเข้าใจผิดได้ ทั้งนี้รวมถึงตัวสะกด อายุ ตำแหน่งของบุคคลในข่าว สถานที่ ตลอดจนวิธีการเรียบเรียงข้อเท็จจริงให้ถูกต้องตามความเป็นจริง รวมทั้งระมัดระวังการใช้ภาษา ไวยากรณ์ ไม่ให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกันขึ้น

2. ความสมดุล หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริงอย่างรอบด้าน เป็นธรรม และเป็นกลางพอที่จะช่วยให้ผู้อ่านสามารถใช้ดุลพินิจประกอบการตัดสินใจอย่างเที่ยงตรง การรายงานข่าวที่ดีควรคำนึงถึงความสมดุลหรือเสมอภาคในการนำเสนอข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวอย่างถูกต้องชัดเจน โดยเฉพาะในข่าวที่มีองค์ประกอบของความขัดแย้งระหว่างบุคคลสูงยิ่งมีความจำเป็นที่ผู้รายงานข่าวต้องให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการรายงานข้อเท็จจริงให้สมดุล เพื่อให้ความเป็นธรรมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเหตุการณ์ในทางปฏิบัติจึงต้องเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้แสดงความคิดเห็นต่อสาธารณชนอย่างเท่าเทียมกัน

3. ความเป็นกลาง ถือเป็นคุณสมบัติสำคัญยิ่งในงานวารสารศาสตร์และการข่าว แม้จะมีผู้เชื่อว่าความเป็นกลางที่แท้จริงไม่สามารถปฏิบัติได้ในวิสัยปุถุชนก็ตาม แต่หลักความเป็นกลางก็ช่วยให้ผู้รายงานข่าวพยายามปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงตรง ปราศจากอคติ ไม่ใส่ความคิดเห็นลงไปในข่าว แม้ว่าการแสดงความเป็นกลางอาจเป็นเงื่อนไขที่ทำได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานข่าวยังเป็นมนุษย์ปุถุชนที่มีอารมณ์ ความรู้สึก โลภ โกรธ หลง อยู่แล้ว เมื่อผนวกกับประสบการณ์ และความสัมพันธ์เชิงสังคมก็ยิ่งทำให้ข้อปฏิบัติในหลักความเป็นกลางของผู้รายงานข่าวยิ่งยากขึ้นไปอีก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ความกระชับชัดเจน สืบเนื่องจากการรายงานข่าวต้องมีความเป็นกลางถูกต้อง เที่ยงตรง คุณลักษณะข่าวที่ดีจึงต้องเขียนให้สั้น กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่สื่อความได้ครบถ้วนรัดกุม สามารถให้ผู้รับสารสื่อความหมายได้ในเวลาอันรวดเร็ว ภาษาข่าวมีลักษณะพิเศษ คือ ต้องกระชับ แต่สื่อข้อเท็จจริงได้เที่ยงตรงครบถ้วน ความกระชับชัดเจนในการรายงานข่าวมิได้หมายเพียงทักษะการใช้ภาษาให้รัดกุมเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความแม่นยำในการจับประเด็นข่าวของผู้รายงานข่าว ซึ่งช่วยให้การนำเสนอข้อเท็จจริงตรงประเด็นอย่างไม่เยิ่นเย้ออีกด้วย

5. ความทันเหตุการณ์ แน่นอนว่าความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์เป็นคุณสมบัติสำคัญที่สุดของข่าว และเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการวัดประสิทธิภาพของผู้รายงานข่าวและคุณภาพการรายงานข่าว ยืนยันได้จากคำที่แสดงถึงระดับความฉับไวที่ปรากฏในรายงานข่าวว่า เมื่อวานนี้ เมื่อเช้านี้ คุณค่าของความรวดเร็วก็ยิ่งทวีความสำคัญ และจำเป็นมากขึ้นในสังคมที่มีการแข่งขันทุกด้านอย่างทุกวันนี้

2.2.4 ประเภทข่าว

เกณฑ์การจัดประเภทข่าวนั้น นอกจากขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้จัดแต่ละคนแล้ว ยังอาจพิจารณาได้ตามสาระเนื้อหา หรือวิธีการนำเสนอ หรือประเด็นของเหตุการณ์ ซึ่งผู้ต้องการฝึกฝนให้เป็นนักวารสารศาสตร์ที่มีคุณภาพต้องเรียนรู้การแยกแยะประเภทข่าวและนำเสนอให้ตรงประเด็นเนื้อหา และคุณค่าของข่าวที่เป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ปัญญาต่อผู้รับข่าวสารเสมอ

สำหรับเนื้อหาข่าวสารที่ถูกนำเสนอ ประกอบด้วยประเภทข่าวที่สามารถจัดแบ่งตามสาระเนื้อหา ดังนี้ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

1. ข่าวสาระหนัก หมายถึง ข่าวที่มีสาระค่อนข้างหนักในทางผู้อ่านต้องใช้ภูมิรู้ ภูมิหลัง สติปัญญา ความสนใจ และความตั้งใจในการอ่านเนื้อหาข่าวเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่รายงานในข่าวนั้นๆ ส่วนมากจะเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การเงิน ฯลฯ เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบตามคุณค่าของข่าว จะพบว่าข่าวหนักจะมีองค์ประกอบของคุณค่าด้านความสำคัญ ผลกระทบ ความขัดแย้ง บางครั้งยังมีความลึกลับซับซ้อนอยู่ด้วย เนื่องจากมีผลกระทบต่อชีวิต ความเป็นอยู่ ผลประโยชน์ของประชาชน ตลอดจนประเทศชาติ

2. ข่าวสาระเบา เป็นข่าวที่มักมุ่งเน้นเนื้อหาสาระที่ให้ความผ่อนคลายหรือรายงานเหตุการณ์ความเป็นไปในประเด็นที่ไม่เครียดจนเกินไป ผู้อ่านไม่จำเป็นต้องใช้ภูมิความรู้ หรือทราบภูมิหลังของเหตุการณ์ เพราะสามารถเข้าใจสิ่งที่ปรากฏในรายงานข่าวได้ทันที ส่วนใหญ่ข่าวเบาจะเป็นเหตุการณ์ที่ตอบสนองความใคร่รู้ของผู้อ่าน มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอาชญากรรม บันเทิง อุบัติเหตุ สิ่งปกติที่สามารถเกิดขึ้นได้กับสามัญชนทั่วไป โดยมีองค์ประกอบในคุณค่าด้านความสนใจประกอบด้วย ความสนใจของปุถุชน ความขัดแย้ง ความผิดปกติ ความแด่น ความใกล้ชิดเพศ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ข่าวเชิงลึก คือ ข่าวที่ได้จากการสืบค้นข้อเท็จจริงเน้นประเด็นลึกอย่างเจาะจงในเรื่องหนึ่งเรื่องใด ดังนั้นข่าวเชิงลึกจึงเป็นรายงานที่เปิดให้ผู้อ่านสามารถมองทะลุในสิ่งที่ได้รับการเปิดเผยอย่างพินิจพิจารณา

4. ข่าวสืบสวน หมายถึง การรายงานข่าวอย่างครบถ้วนรอบด้าน โดยเน้นเป้าหมายสำคัญที่พฤติกรรม การประพฤติมิชอบในเรื่องเกี่ยวกับผลประโยชน์ของสาธารณะ เช่น การคอรัปชั่นในวงราชการ การทุจริต คิดมิชอบต่อสังคม

5. ข่าวประเด็นเดียว คือ ข่าวที่มีสาระสำคัญหลักเพียงประเด็นเดียวในรายงานข่าว ผู้รายงานจะนำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา อ่านแล้วเข้าใจได้ทันทีโดยมิต้องตีความ ไม่มีความสลับซับซ้อนที่ต้องอาศัยความคิดวิเคราะห์แต่อย่างใด นักวิชาการบางคนเรียกข่าวประเภทนี้ว่า “ข่าวตรง” เช่น อุบัติเหตุรถชนกัน คดีชิงทรัพย์

6. ข่าวหลายประเด็น หมายถึง ข่าวที่มีหลายประเด็นหรือหลายเหตุการณ์เกิดขึ้นในเวลาเดียวกันในสถานการณ์เดียวกัน อาทิ การเดินทางไปตรวจเยี่ยมประชาชนในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของนายกรัฐมนตรี นอกจากมีประเด็นเกี่ยวกับวิกฤติชายแดนภาคใต้แล้วยังอาจมีประเด็นน่าสนใจอื่น ๆ ที่มีคุณค่าความสำคัญเชิงข่าวใกล้เคียงกันด้วย เช่น ประเด็นผลผลิตการเกษตรขายไม่ได้ราคา ประเด็นเชื้อชาติ ศาสนา เป็นต้น

7. ข่าวประเด็นซับซ้อน เป็นผลพวงของสังคมที่สะท้อนให้เห็นความเกี่ยวโยงของประเด็นปัญหาหนึ่งไปสู่อีกประเด็นหนึ่งอย่างเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่น ข่าวความไม่โปร่งใสในการซื้อเครื่องตรวจสอบวัตถุระเบิด “CTX 9000” สำหรับติดตั้งในสนามบินสุวรรณภูมิ นับเป็นข่าวที่มีคุณสมบัติของประเด็นซับซ้อน ตั้งแต่ความถูกต้องในกระบวนการจัดซื้อ ผลประโยชน์ผู้เกี่ยวข้อง ความโปร่งใส การทุจริตคอรัปชั่นที่อาจทำเป็นกระบวนการ การตรวจสอบจากฝ่ายค้าน ฯลฯ เป็นข่าวที่ต้องใช้ทักษะด้านวารสารศาสตร์ในการรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะมีข้อยุติ เป็นต้น

ดังนั้นการนำเสนอข่าวจะมีคุณภาพมากหรือน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหา การเลือกข่าว การจัดลำดับข่าว การนำเสนอข่าวตามขอบเขตของการรายงานข่าว การจัดทำสกู๊ปข่าวที่ดีจะช่วยให้การนำเสนอข่าวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นด้วย ตลอดจนประสบการณ์ของผู้รายงานข่าวอีกทางหนึ่งด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การจัดการความรู้

2.3.1 ความหมายของการจัดการความรู้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552) กล่าวไว้ว่า “การจัดการความรู้” หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนราชการ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร

มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเอง ให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์การมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

พรรณี สวนเพลง (2552) ในสังคมแห่งความรู้ “ความรู้” นับว่าเป็นทรัพยากรหลักที่มีค่า แตกต่างจากปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เนื่องจากความรู้เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลง และสร้างขึ้นมาใหม่ได้ตลอดเวลา ซึ่งสภาวะดังกล่าวก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ความรู้ได้กลายเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังนั้น แนวคิดและหลักการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จึงมีบทบาทสำคัญยิ่งสำหรับองค์กรทุกระดับ

Ryoko Toyama (อ้างอิงใน บุญดี บุญญากิจ.2547) กล่าวไว้ว่า การจัดการความรู้ คือ การจัดการเพื่อเอื้อให้เกิดความรู้ใหม่ โดยใช้ความรู้ที่มีอยู่ ประสบการณ์ของคนในองค์การอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาวัตกรรมที่จะทำให้มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งทางธุรกิจ

วิจารณ์ พานิช (2547) กล่าวไว้ว่า การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่ดำเนินการร่วมกัน โดยผู้ปฏิบัติงานในองค์การ หรือหน่วยงานย่อยขององค์การ เพื่อสร้างและใช้ความรู้ในการทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ดีขึ้นกว่าเดิม การจัดการความรู้ ในความหมายนี้ จึงเป็นกิจกรรมของผู้ปฏิบัติงาน ไม่ใช่กิจกรรมของนักวิชาการหรือนักทฤษฎี แต่นักวิชาการหรือนักทฤษฎี อาจเป็นประโยชน์ในฐานะแหล่งความรู้ การจัดการความรู้จะเป็นกระบวนการที่เป็นวงจรต่อเนื่อง เกิดการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เป้าหมายพัฒนางานและพัฒนาคน โดยมีการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ระบุว่า ความรู้ (Knowledge) คือสิ่งที่สั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้า หรือประสบการณ์ รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติ และทักษะความเข้าใจ หรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ สิ่งที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิดหรือการปฏิบัติ ตามองค์วิชาในแต่ละวิชา

ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล (2549) ระบุว่า ความรู้ เป็นการผสมผสานของประสบการณ์ สารสนเทศ ความเข้าใจ ทักษะ และความเชี่ยวชาญ รวมถึงสิ่งที่ได้รับการสั่งสมมาจากการศึกษาเล่าเรียน ค้นคว้า และถ่ายทอด ที่นำมาสู่การกำหนดกรอบความคิดสำหรับการประเมินความเข้าใจ และการนำสารสนเทศ และประสบการณ์ใหม่มาผสมรวมกัน

บูรชัย ศิริมหาสาคร (2551) กล่าวไว้ว่า การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลเกิดความหมาย กลายเป็นสารสนเทศ จาก Data เป็น Information ซึ่งจะต้องมีการกลั่นกรอง มีการจัดการกับข้อมูล (Data) เพื่อ Processing ไปสู่ Information หรือ สารสนเทศ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า “การจัดการความรู้” (Knowledge Management) หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์การ และกระจัดกระจายอยู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในตัวบุคคล ด้วยการนำกระบวนการจัดการความรู้ มาใช้ในการรวบรวม จัดระบบความรู้ในองค์กร ใหม่ เพื่อให้บุคลากรในองค์การสามารถนำความรู้ใหม่ที่ได้ มาประยุกต์ใช้ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนางาน พัฒนาคน และ พัฒนาองค์กร

2.3.2 เป้าหมายของการจัดการความรู้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552) กล่าวไว้ว่า เป้าหมายและจุดประสงค์ในการจัดการความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. พัฒนาองค์การ ให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ตามวิสัยทัศน์/ยุทธศาสตร์
2. พัฒนาคนให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ มีความคล่องตัวในการทำงาน บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน
3. พัฒนากระบวนการทำงาน ให้เกิดประสิทธิผล ให้เกิดนวัตกรรม

วิจารณ์ พานิช (2548) กล่าวไว้ว่าเป้าหมายและประโยชน์ของการจัดการความรู้ คือ การใช้ประโยชน์จากความรู้มาเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์การเพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ มีประเด็นสำคัญ 3 ประการ คือ

1. เพื่อพัฒนางานให้มีคุณภาพและผลสัมฤทธิ์ยิ่งขึ้น
2. เพื่อการพัฒนาคน คือ พัฒนาผู้ปฏิบัติงานในองค์การ
3. เพื่อการพัฒนา “ฐานความรู้” ขององค์การ เป็นการเพิ่มพูนทุนความรู้ หรือทุน ปัญญาขององค์การ จะช่วยให้องค์การมีศักยภาพในการฟันฝ่าความยากลำบาก หรือความไม่แน่นอนในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น

บุญดี บุญญากิจและคณะ (2547) กล่าวไว้ว่า เป้าหมายในการจัดการความรู้ มี 5 ประการ คือ

1. เพื่อปรับปรุง และพัฒนากระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เพื่อพัฒนาแนวทางในการทำงาน และสร้างการให้บริการแบบใหม่ๆ
3. เพื่อปรับปรุงเทคนิค กระบวนการโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรให้เป็นระบบ และสามารถนำองค์ความรู้นั้น ๆ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร
4. เพื่อสร้างวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดให้แก่องค์กร เพื่อช่วยลดงบประมาณในการทำงานให้แก่องค์การ
5. เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ในองค์กร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากเป้าหมายของการจัดการความรู้ข้างต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดการความรู้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนา ให้เกิดการเรียนรู้ มีองค์ความรู้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนางาน ให้มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล เพื่อพัฒนาองค์กร ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.3.3 กระบวนการจัดการความรู้

เจษฎา นกน้อย และคณะ (2553) กล่าวไว้ในหนังสือนานาทรรศนะการจัดการความรู้ และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ ว่าการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ช่วยให้องค์การค้นหา เลือกสรร รวบรวม เผยแพร่ และถ่ายโอนสารสนเทศที่สำคัญ รวมถึงความรู้ความชำนาญที่จำเป็นสำหรับกิจกรรมภายในองค์การ เช่น การแก้ปัญหา การเรียนรู้ การวางแผนกลยุทธ์ และการตัดสินใจ โดยการจัดการความรู้จะมีประโยชน์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันผ่านการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดการความรู้ที่ไม่เป็นทางการ เป็นการเพิ่มความสามารถให้แก่องค์การ ซึ่งการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มการหมุนเวียนความรู้มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยความรู้จะถูกเพิ่มและจัดการตลอดเวลา

สำหรับกระบวนการจัดการความรู้ถูกแบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) องค์การควรแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์ และมีผลต่อการดำเนินงานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์การ

2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) การแสวงหาความรู้นั้น เป็นการปรับความรู้โดยทั่วไป แต่การสร้างความรู้เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (Generative) ซึ่งการสร้างความรู้ใหม่เกี่ยวข้องกับแรงผลักดัน การหยั่งรู้ และสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้งที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล การสร้างความรู้ใหม่ควรอยู่ภายใต้หน่วยงานหรือคนในองค์การ ซึ่งหมายความว่า ทุกคนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้

3. การจัดเก็บความรู้ และค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) ในการจัดการความรู้ องค์การต้องกำหนดสิ่งที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้ และต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษาและการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ องค์การต้องเก็บรักษาสิ่งที่องค์การเรียกว่า เป็นความรู้ไว้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูล สารสนเทศตลอดจนผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บเกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล (Database) หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการจดจำของบุคคล เป็นต้น ในส่วนของการค้นคืน (Retrieval) เป็นลักษณะของการเข้าถึงสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป องค์การควรทำให้พนักงานทราบถึงช่องทางหรือวิธีการสำหรับค้นหาความรู้ต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การทำสมุดจัดเก็บรายชื่อ และทักษะของผู้เชียวชาญ การทำสมุดหน้าเหลือง (Yellow Pages) ขององค์การ หรือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครือข่ายการทำงานตามลำดับชั้น การประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้ในองค์การ

4. การถ่ายทอดความรู้ และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization) ความจำเป็นสำหรับองค์การเนื่องจากองค์การจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้มีการกระจาย และถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมทั่วทั้งองค์กร การถ่ายทอด และการใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์

Turban, Leidner, Mclean & Wetherbe (2007) ได้กำหนดกระบวนการจัดการความรู้ไว้ 6 ขั้นตอน ได้แก่

1. สร้างองค์ความรู้ (Create Knowledge) เช่น พนักงานหาวิธีการใหม่ๆ ในการทำงาน หรือพัฒนาสิ่งใหม่ๆ (Know-How) ขึ้นมา หรือนำองค์ความรู้จากภายนอกเข้ามา

2. จับองค์ความรู้ (Capture Knowledge) องค์ความรู้ใหม่ต้องถูกระบุในเชิงความมีคุณค่า (Valuable) และนำเสนอขึ้นมาในแนวทางที่เหมาะสม

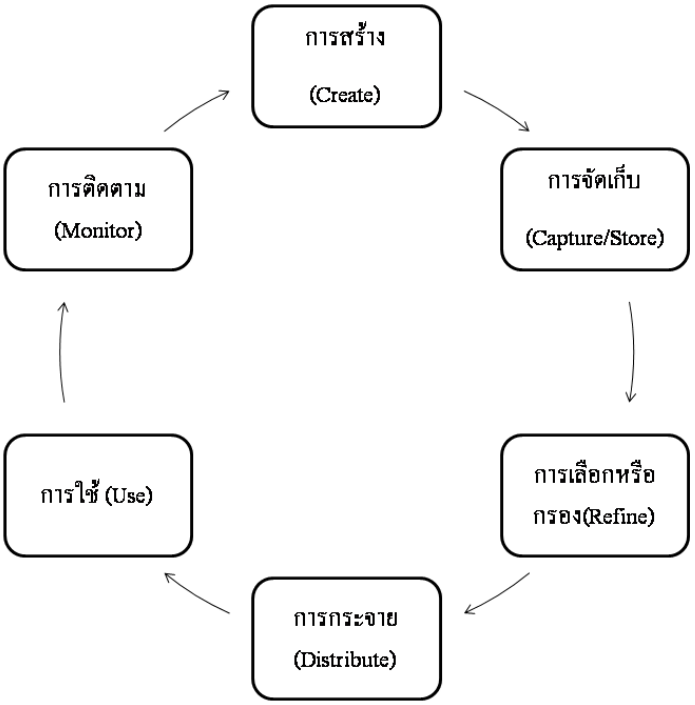
3. ปรับองค์ความรู้ให้เหมาะสม (Refine Knowledge) องค์ความรู้ใหม่ต้องจัดให้อยู่ในรูปแบบที่นำไปใช้งานเชิงปฏิบัติได้ ดังนั้นองค์ความรู้แบบ Tacit ต้องเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบ Explicit

4. จัดเก็บองค์ความรู้ (Store Knowledge) จัดเก็บในรูปแบบที่เหมาะสมที่สามารถเข้าถึงได้

5. บริหารจัดการองค์ความรู้ (Manage Knowledge) ต้องจัดเก็บองค์ความรู้ที่เป็นปัจจุบัน ต้องนำมาทบทวนในเชิงที่สอดคล้องกับปัญหา และความถูกต้อง

6. กระจายองค์ความรู้ (Disseminate Knowledge) ดำเนินการให้มีการกระจายองค์ความรู้ไปยังผู้ที่ต้องการ ทุกที่ ทุกเวลา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 2.1 กระบวนการจัดการความรู้ของ Turban (Turban, Leidner, Mclean & Wetherbe, 2007)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552: 84) กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) เป็นกระบวนการแบบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์การเข้าใจถึงขั้นตอนที่ทำให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้หรือพัฒนาการของความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์การ ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน คือ

1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) คือการค้นหาว่า มีความรู้อะไรบ้างในองค์การที่เกี่ยวข้องหรือลูกค้า ต้องการทราบ แล้วพิจารณาว่าความรู้นั้นเป็นรูปแบบใด อยู่ที่ใครหรือความรู้อะไรบ้างที่องค์การจำเป็นต้องมี และ การจัดลำดับความสำคัญของความรู้เหล่านั้นเพื่อให้องค์การวางขอบเขตของการจัดการความรู้ และสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) คือ การกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้ การจัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใช้ และการสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์การมาใช้ เพื่อให้องค์การมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) คือ การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ เช่น การจัดทำสารบัญและ จัดเก็บความรู้ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การเก็บรวบรวม การค้นหา การนำมาใช้ทำได้ง่านและรวดเร็ว การแบ่งชนิดหรือประเภทความรู้ โดยคำนึงถึงว่า ผู้ใช้นำไปใช้อย่างไร และลักษณะการทำงานของบุคลากรเป็นแบบใด เช่น แบ่งตามความจำชำนาญหรือความเชี่ยวชาญของบุคลากร หัวข้อ/หัวเรื่องหน้าที่/กระบวนการ

4. การประมวลความรู้และกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) คือ การประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้ ซึ่งทำได้หลายลักษณะ เช่น

4.1 จัดทำ หรือปรับปรุงรูปแบบของเอกสารให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์การทำการป้อนข้อมูล การจัดเก็บ การค้นหาและการใช้ข้อมูลทำให้สะดวกและรวดเร็ว

4.2 การใช้ภาษาเดียวกันทั่วทั้งองค์การ โดย จัดทำคำอธิบายศัพท์ของคำจำกัดความความหมายของคำต่าง ๆ ที่แต่ละหน่วยงานใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกัน

4.3 การเรียบเรียง ตัดต่อ และปรับปรุงเนื้อหาให้มีคุณภาพดี ในแง่ต่าง ๆ เช่น ครบถ้วน เที่ยงตรง ทันสมัย สอดคล้อง และตรงตามความต้องการของผู้ใช้

5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) คือ วิธีการในการจัดเก็บและกระจาย ความรู้เพื่อให้ผู้อื่นใช้ประโยชน์ได้ โดยมีการกระจายความรู้ให้ผู้ใช้ทั้ง 2 ลักษณะคือ

5.1 Push (การป้อนความรู้) คือ การส่งข้อมูล/ความรู้ให้ผู้รับโดยผู้รับไม่ได้ร้องขอ เช่น การส่งหนังสือเวียนแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ข่าวสารต่าง ๆ หรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์การ

5.2 Pull (การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกรับหรือใช้แต่เฉพาะข้อมูล/ความรู้ที่ต้องการเท่านั้น ซึ่งช่วยลดปัญหาการได้รับข้อมูล/ความรู้ที่ไม่ต้องการมากเกินไป

6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)คือ การแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การจัดทำเอกสาร จัดทำฐานความรู้หรือจัดทำสมุดหน้าเหลือง โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ หรือ มีการแบ่งปันความรู้ประเภทความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) ซึ่งอาจใช้วิธีผสมผสาน เพื่อผู้ใช้ข้อมูลสามารถเลือกใช้ได้ตามความสะดวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

7. การเรียนรู้ (Learning) คือ บุคลากรเกิดการเรียนรู้ ซึ่งอาจสังเกตได้จากความสามารถในการทำงานที่ดีขึ้น มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถแก่ปัญหาในงานได้ดีขึ้น และ/หรือเกิดความรู้ใหม่ๆ ขึ้น ช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้ขององค์การที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และนำไปสู่การทำให้องค์การมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในที่สุด

2.3.4 ปัญหาของการจัดการความรู้

จากการศึกษาการจัดการความรู้ที่ผ่านมา พบว่า หน่วยงานหรือองค์การที่เริ่มต้นการจัดการความรู้มักจะประสบปัญหา โดยส่วนใหญ่ที่พบสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเด็น คือ

1. ด้านผู้บริหารหรือผู้นำองค์การ ผู้บริหารระดับสูงมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการความรู้น้อย และไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นผู้มีอายุมาก และไม่มีเวลาศึกษาทำความเข้าใจ และทำความคุ้นเคย

2. ด้านองค์การ องค์การส่วนใหญ่ขาดวัฒนธรรมการเรียนรู้ ทำให้ขาดบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ ขาดการมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการความรู้ของพนักงาน นอกจากนี้องค์การที่มีขนาดเล็ก และมีข้อจำกัดด้านความก้าวหน้า พนักงานมีภาระงานมากแต่มีผลตอบแทนน้อย ขาดแรงจูงใจในการแสวงหาความรู้ แบ่งปันความรู้ และใช้ประโยชน์จากความรู้

3. ด้านพนักงาน พนักงานไม่ค่อยกระตือรือร้นที่จะแสวงหาความรู้ พนักงานไม่คุ้นเคยและยังมีความกลัวต่อการใช้คอมพิวเตอร์ ความรู้พื้นฐานในการคิด และการเขียนยังมีข้อจำกัด จึงเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ พนักงานยังไม่เข้าใจเรื่องการจัดการความรู้ และยังมีความสับสนว่าการจัดการความรู้ ควรเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานใด

4. ด้านเทคโนโลยี บางองค์การระบบเทคโนโลยีในองค์การไม่สมบูรณ์ จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้มีจำกัด ทำให้เกิดความไม่ทั่วถึงในการเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนความรู้ บางพื้นที่ในต่างจังหวัดไม่สามารถรองรับเทคโนโลยีได้นอกจากนี้แล้วฝ่ายเทคโนโลยีไม่สามารถพัฒนางานการจัดการความรู้ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากมีภาระงานประจำมา การพัฒนาการจัดการความรู้เทคโนโลยีจึงช้ากว่าที่ควรจะเป็น

2.3.5 ประโยชน์ของการจัดการความรู้

พรรณี สวนเพลง (2552) กล่าวไว้ในหนังสือเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้ว่า หลังจากที่ทราบถึงความหมายของการจัดการความรู้แล้วมาถึงความจำเป็นที่จะต้องทราบถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากความรู้ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กรได้มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การ การจัดการความรู้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนาก็ตาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ ทำให้องค์กรสามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากร เช่น การเกษียณอายุงาน หรือการลาออกจากงาน เป็นต้น

2. เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ ทำได้โดยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพ การตัดสินใจ เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจต้องสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ

3. ความสามารถในการปรับตัว และมีความยืดหยุ่น เป็นการทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในงาน และวัตถุประสงค์ของงาน โดยไม่ต้องมีการควบคุมหรือมีการแทรกแซงมากนัก จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน

4. ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการจัดการความรู้เพื่อช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจลูกค้า แนวโน้มทางการตลาด และการแข่งขัน ทำให้สามารถลดช่องว่าง และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันได้

5. การพัฒนาทรัพย์สิน เป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กร ในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์ เป็นต้น

6. การยกระดับผลิตภัณฑ์ เป็นการนำการจัดการความรู้มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อีกด้วย

7. การบริหารลูกค้า เป็นการศึกษาความสนใจ และความต้องการของลูกค้า จะเป็นการสร้างความพึงพอใจ และเพิ่มยอดขาย และสร้างรายได้ให้แก่องค์กร

8. การลงทุนทางทรัพยากรบุคคล เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยผ่านการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดการด้านเอกสาร การจัดการความรู้ที่ไม่เป็นทางการ เป็นการเพิ่มความสามารถให้แก่องค์กรในการจ้าง และฝึกฝนบุคลากร

2.3.6 องค์กรสร้างสรรค์ความรู้ (The Knowledge Creating Company)

(Nonaka, I. and Takeuchi, H., 1995) ได้นำเสนอแนวคิดไว้ในหนังสือที่มีชื่อว่า Knowledge-Creating Company เนื้อหาหลักของหนังสือเล่มนี้ได้เสนอแนวคิดว่าความรู้ที่แฝงเร้นในตัวบุคคลมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์หน้างาน ประสบการณ์เฉพาะตัว และส่วนมากมักจะอยู่ในตัวบุคคลซึ่งจะอธิบายได้ยาก ไม่สามารถเขียนเป็นกฎเกณฑ์ หรือตำราได้ แต่สามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ส่วนหนึ่งได้ ซึ่งอาจจะไม่ใช่ทั้งหมดของความรู้ที่บุคคลนั้นมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

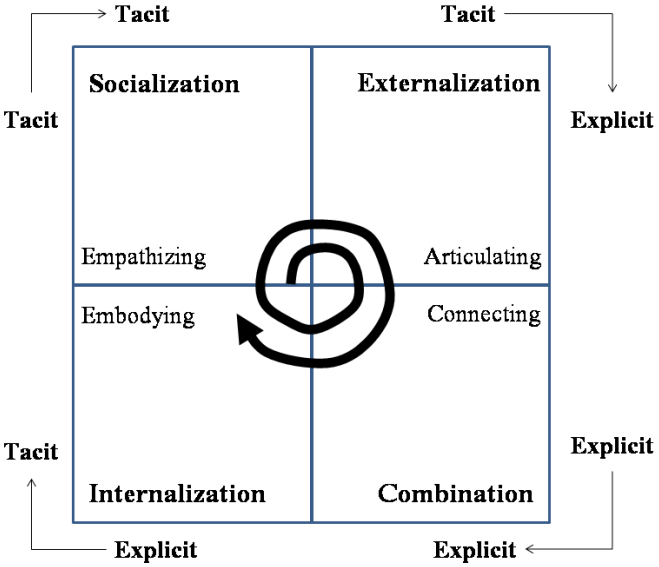
2. ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่ถูกบันทึกในเอกสาร ตำรา สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม สามารถสื่อสาร เผยแพร่ ได้อย่างสะดวก ทำให้คนเข้าถึงได้ง่าย

ความรู้ทั้ง 2 ประเภทสามารถเปลี่ยนสถานะระหว่างกันได้ตลอดเวลา ผ่านกระบวนการถ่ายทอดภายใต้แบบจำลองที่เรียกว่า SECI Model ซึ่งมีทั้งหมด 4 กระบวนการ คือ

1. **กระบวนการสร้างสังคม (Socialization)** เป็นการแปลง Tacit Knowledge ของแต่ละคนให้เป็น Tacit Knowledge โดยการกระตุ้นหรือจัดบรรยากาศให้เอื้อต่อการที่บุคคลในองค์กรถ่ายทอด หรือแสดงความรู้และประสบการณ์ภายในตนออกมา
2. **กระบวนการอธิบายความรู้ (Externalization)** เป็นขั้นตอนการแปลงความรู้จาก Tacit Knowledge ให้เป็น Explicit Knowledge เป็นการนำสิ่งที่ได้จากขั้นตอนของ Socialization มาทำการจัดกลุ่ม จัดหมวดหมู่ของปัญหา ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดกลุ่มของความรู้ (Conceptual Knowledge) ที่เป็นเหตุเป็นผล โดยทำให้อยู่ในรูปแบบของลายลักษณ์อักษร โดยใช้การเล่าเรื่อง (Story telling) หรือ สุนทรียสนทนา (Dialog) มาพูดคุยเพื่อระดมความคิดกันอีกครั้งหนึ่ง และอาจนำความรู้จากภายนอกเข้ามาสอดแทรกด้วย นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดในขั้นตอนนี้คือการบ่งชี้ว่า ความรู้อะไรเป็นความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการทำงานมากที่สุด ซึ่งจะทำให้การทำงานสามารถสำเร็จลุล่วงได้โดยในขั้นตอนนี้อาจใช้กระบวนการของ Knowledge Audit มาช่วยในการตรวจสอบหัวข้อความรู้ด้วย
3. **กระบวนการรวบรวมความรู้ (Combination)** ขั้นตอนนี้จะแปลงความรู้แบบ Explicit Knowledge ให้เป็น Explicit Knowledge คือเป็นการรวบรวมความรู้ชัดแจ้งที่ได้จากกระบวนการอธิบายความรู้ ทั้งจากความรู้และประสบการณ์ที่ถ่ายทอดออกมาไปประยุกต์ในการปฏิบัติงานได้
4. **การนำความรู้ไปใช้ (Internalization)** เป็นขั้นตอนของการแปลงความรู้จาก Explicit Knowledge ให้เป็น Tacit Knowledge นั่นคือการลงมือทำ (Learning in action) เมื่อลงมือทำบ่อย ๆ ก็จะเกิดเป็นประสบการณ์ใหม่ของตนเอง และเกิดเป็นความรู้ ที่เรียกว่า ความรู้เชิงปฏิบัติการ (Operational Knowledge) ซึ่งความรู้เหล่านั้นจะกลายเป็น Tacit Knowledge ซึ่งอาจจะเป็นการเปลี่ยนความเชื่อเดิม ๆ ให้เป็นความเชื่อใหม่ หรืออาจเป็นการเพิ่มเติมความเชื่อใหม่ๆเพิ่มกับของเดิมผู้ที่ลงมือทำนั้นจะเป็นผู้ตัดสินได้เองว่าวิธีการไหนที่ดีที่สุด ทำแล้วประสบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลสำเร็จหรือมีอุปสรรคน้อยที่สุดและท้ายที่สุดจะกลายเป็นความรู้ฝังลึกของแต่ละบุคคล



รูปที่ 2.2 SECI-Knowledge Conversion Process (Nonaka amd Takeuchi, 1995)

2.4 ทฤษฎีวิศวกรรมความรู้ (Knowledge Engineering)

เจษฎา นกน้อย และคณะ (2553) กล่าวว่า วิศวกรความรู้ (Knowledge Engineer) เป็นภารกิจของผู้บริหารระดับกลาง หน้าที่หลัก คือ การตีความ และแปลงความรู้ในคนให้เป็นความรู้ในกระดาษจับต้องได้ และนำไปปฏิบัติได้ง่าย วิศวกรความรู้ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงานระดับปฏิบัติ โดยตีความวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ขององค์การที่ผู้บริหารระดับสูง “ยกร่าง” ขึ้น และอยู่ในสภาพที่เป็นความรู้ในคนซึ่งยังไม่ชัดแจ้ง ให้เป็นความรู้ในกระดาษสอดคล้องกับงานของพนักงานระดับปฏิบัติ เอามาพูดคุยทำความเข้าใจกับพนักงานระดับปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานระดับปฏิบัติเกิดวิสัยทัศน์ทั้งในระดับบุคคล และในระดับทีมงาน หรือหน่วยงานย่อยวิศวกรความรู้จึงแสดงบทบาทหลักในการแปลงความรู้ในคนออกมาเป็นความรู้ในกระดาษ

ผู้บริหารความรู้ (Knowledge Administrator) ทำหน้าที่ 3 ประการคือ

1. กำหนดเป้าหมายขององค์การ ในที่นี้หมายถึงเป้าหมายภาพใหญ่ของการจัดการความรู้ขององค์การ คือ กำหนดวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการจัดการความรู้ขององค์การนั่นเอง
2. สร้างบรรยากาศ และกฎกติกาขององค์การให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
3. คอยจับ “ความรู้ที่ทรงคุณค่า” ที่พัฒนาขึ้นในกระบวนการเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral) ขององค์การ ทั้งนี้ ผู้บริหารความรู้ควรมีคุณสมบัติ และความสามารถอีก 7 ประการ ด้วยกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.1 ความสามารถในการเรียงร้อยถ้อยคำ และสื่อสารวิสัยทัศน์ความรู้ให้กินใจ และเกิดความมุ่งมั่นทั่วกันในองค์การในลักษณะที่เรียกว่าเกิด Sense of Direction

3.2 ความสามารถในการสื่อสารวิสัยทัศน์ความรู้ และวัฒนธรรมองค์การไปสู่สมาชิดของ Project Team

3.3 ความสามารถในการประเมินคุณภาพของความรู้ที่สร้างขึ้นในกระบวนการจัดการความรู้ขององค์การ โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดภายในองค์การ

3.4 ความสามารถในการเลือกคนสำหรับทำหน้าที่ผู้นำของ Project Team

3.5 ทักษะในการ “สร้างความปั่นป่วนอย่างสร้างสรรค์” (Creative Chaos) ให้แก่ Project Team เช่น การกำหนดเป้าหมายที่ยาก และท้าทาย

3.6 ทักษะในการเข้าไปร่วมกระบวนการจัดการความรู้กับพนักงานระดับกลาง และระดับล่าง เพื่อสร้างความมุ่งมั่นเอาจริง เอาจัง (Commitment) ของการจัดการความรู้

3.7 ความสามารถในการจัดการภาพรวมของการจัดการความรู้ขององค์การ

แนวคิดการวิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้ขององค์กร (CommonKADs)

จากผลการวิจัยในกลุ่มสหภาพยุโรปได้สรุปว่าการจัดการความรู้ขององค์กรต้องพิจารณาให้รอบคอบทั้งสามระดับจากล่างสู่บน คือ ระดับบุคคล ระดับทีม/กลุ่มงาน และระดับองค์กร การวิเคราะห์ความรู้ และสังเคราะห์ความรู้ที่ใช้ร่วมกันในองค์กร จึงต้องวิเคราะห์ทั้ง 3 ระดับ โดยยึดเป้าประสงค์ในการจัดการความรู้ให้บรรลุผลทั้ง 3 ระดับ คือ การพัฒนาให้คนในองค์กรเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ (Learning Person หรือ Learning Agent) การพัฒนาทีมให้เป็นทีมแห่งการเรียนรู้ (Learning Team) และหลายๆ ทีมรวมกันเป็นองค์กรก็คือการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) แนวทางของกลุ่มนี้เรียกว่า CommonKADS (Common Knowledge Analysis and Diagnosis System) เป็นวิธีการที่มีความเป็นรูปธรรมมาก เพราะใช้วิธีการแยกวิเคราะห์สังเคราะห์ และจัดเป็นแบบจำลอง โดยระบุองค์ประกอบของแต่ละองค์ประกอบความรู้ (Domain) อย่างชัดเจนจนสามารถนำไปป้อนเป็นข้อมูลในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในแต่ละช่อทางความรู้ (Web Portal) ที่ออกแบบให้เหมาะสมกับลักษณะสำคัญของแต่ละองค์ประกอบความรู้ได้ การจัดการความรู้แบบนี้จึงเป็นวิธีการที่จับต้องได้อย่างชัดเจน สามารถแปลงความรู้แฝงในตัวบุคคลออกมาให้เป็นความรู้ชัดแจงได้ โดยมีขั้นตอนสำคัญรวม 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิเคราะห์ขอบเขตความรู้ และเป้าหมายความรู้

โดยเริ่มวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กรตั้งแต่โครงสร้าง และลักษณะสำคัญขององค์กร ทั้ง 3 ระดับคือระดับองค์กร ระดับทีม และระดับบุคคล โดยอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สำหรับการปฏิบัติภารกิจประจำ และความรู้เชิงพัฒนาหรือความรู้ในการปฏิบัติภารกิจเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. การแสวงหาความรู้ระดับองค์กร

เป็นการแสวงหาว่าองค์กรต้องใช้ความรู้ในการบริหารเชิงกลยุทธ์ใดบ้าง โดยเป็นการอธิบายวิธีการปฏิบัติการขององค์กร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่สำคัญในการปฏิบัติการ ความท้าทาย และความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นแนวทางที่ครอบคลุมระบบการจัดการการดำเนินการขององค์การโดยรวม การวิเคราะห์ความรู้ระดับองค์กร โดยการแสวงหาคำถามมาให้ผู้บริหารองค์กรตอบถือเป็นวิธีการที่นิยมใช้ ในการประเมินตนเอง แบบจำลององค์กร (Organization Model: OM)

3. การแสวงหาความรู้ระดับทีมหรือระดับงาน

ภายใต้องค์กรจะประกอบด้วยทีมหรือกลุ่มงานต่าง ๆ ซึ่งจะมีกระบวนการทำงานเป็นสองแบบคือปฏิบัติภารกิจตามบทบาทหน้าที่หรืองานประจำ และการปฏิบัติภารกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร การวิเคราะห์ความรู้จากงานจึงเรียกว่าแบบจำลองงาน (Task Model: TM)

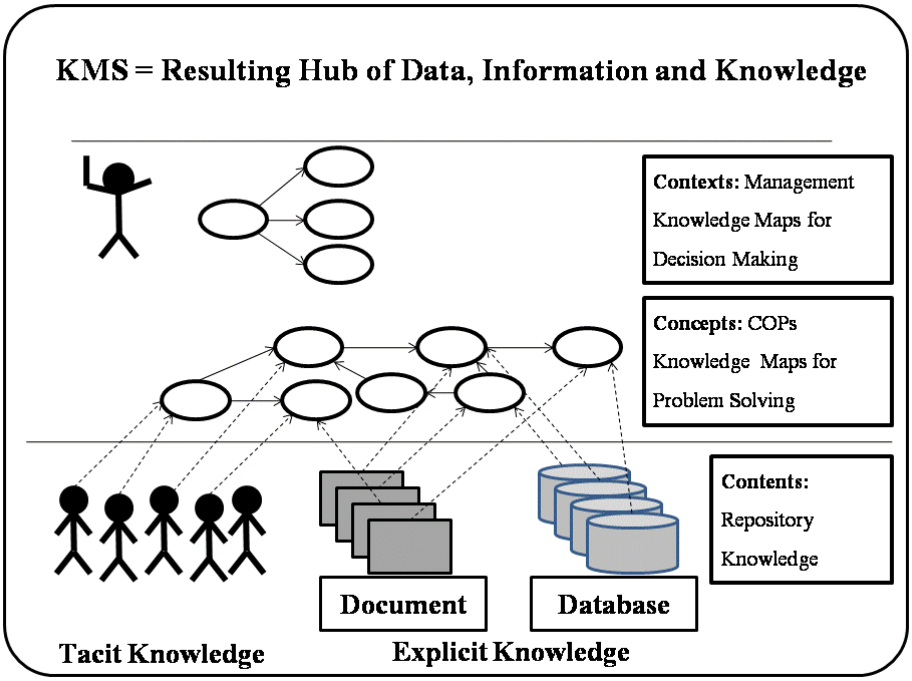
4. การแสวงหาความรู้จากผู้ปฏิบัติงาน

ในทีมหรือในกระบวนงาน อาจถามคำถามต่อไปนี้แล้วนำมาประมวลเป็นความรู้เป้าหมายเพื่อจะได้รวบรวม และพัฒนาให้เป็นระบบ แบบจำลองนี้จึงเป็นแบบจำลองระดับบุคคล (Agent Model: AM)

ส่วนประกอบของวิศวกรรมความรู้ ประกอบด้วย

1. วิธีการวิศวกรรมความรู้ CommonKADS: Knowledge Analysis and Data Structuring (Schreiber, 1999) เป็นสาขาหนึ่งของวิชาการปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ซึ่งเป็นวิชาที่ว่าด้วยการสร้างระบบคอมพิวเตอร์ให้ทำงานโดยมีพฤติกรรมเหมือนมนุษย์ หรือกลุ่มมนุษย์ (Human-Like) ตามลักษณะแบบจำลองความคิดหรือความรู้ของมนุษย์ในการแก้ปัญหาตัดสินใจ และเรียนรู้จากความรู้ที่สะสมในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และความรู้ชัดแจ้งที่สามารถค้นหาได้จากเอกสาร (Explicit Knowledge) นำมาสร้างให้เกิดการเปลี่ยนถ่ายระหว่างความรู้ทั้งสองด้านเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่อย่างเป็นระบบ และนำไปใช้ได้อย่างสะดวกด้วยระบบสารสนเทศ สำหรับผู้บริหารในการตัดสินใจ และในการแก้ปัญหาหรือในการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 2.3 แผนภาพประเภทความรู้ที่สะสมในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) (Schreiber, 1999)

CommonKADS เป็นแนวทางจัดการความรู้ที่รวมผลการวิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้ที่ใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในภาพรวมทั้งระดับองค์กร ระดับทีมหรืองาน และระดับบุคคล เมื่อได้ผลวิเคราะห์สังเคราะห์ และวินิจฉัยแล้วจะนำไปบันทึกไว้ในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร จึงถือว่าเป็นวิธีการที่แปลงความรู้ภายในบุคคลออกมาเป็นความรู้ที่ชัดแจ้งได้อย่างเป็นรูปธรรมมากจึงได้นำแนวทางของ CommonKADS มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยมีกระบวนการมาตรฐานของ CommonKADS ซึ่งประกอบด้วย วิธีการจับความรู้ (Knowledge Capture) การวิเคราะห์ความรู้ (Knowledge Analysis) การสังเคราะห์ความรู้ (Knowledge Synthesis) และการนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Utilization) ซึ่งเป็นวิธีที่เน้นการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ มีการแบ่งโครงสร้างความรู้ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับงาน (Task Level) คือความรู้เกี่ยวกับเป้าหมายของงานต่าง ๆ
2. ระดับคิด (Inference Level) คือความรู้ในขั้นตอนของการคิด โดย CommonKADS ได้กำหนด Template สำหรับโครงสร้างในการคิดที่ต้องใช้ความรู้สูงมาก (Knowledge Intensive) สามารถประยุกต์ใช้ในการจัดทำวาระการสัมภาษณ์การจับความรู้ช่วยในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วิเคราะห์เป็นความหมายสำคัญ (Semantic Annotation) ในการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์แบบจำลองความรู้

3. ระดับปัญหา (Domain Level) คือความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่คิดเฉพาะปัญหานั้น ๆ หลักการที่เป็นเหตุผล และความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลที่ใช้ในการทำงาน แก้ปัญหาและตัดสินใจ

โดยใช้กรอบแนวคิดนี้ในการจับความรู้ (Knowledge Capture) วิเคราะห์ความรู้ (Knowledge Analysis) การสังเคราะห์ความรู้ หรือสร้างแบบจำลองความรู้ (Knowledge Modeling) และการนำความรู้ไปใช้ตลอดกระบวนการสร้างระบบจัดการความรู้

1. การจับความรู้ (Knowledge Capture) ในการจับความรู้เน้นการศึกษากระบวนการคิดซึ่งประกอบด้วยกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การคัดย่อปัญหา (Problem Abstraction) การตั้งหลักการและเหตุผล (Conceptualization) การร้อยเรียงหลักการเพื่อหาเหตุผล (Reasoning) และการเรียนรู้ (Learning) จากประสบการณ์ในการแก้ปัญหาที่สามารถนำไปใช้ในอนาคต โดยทั่วไปการจับความรู้มักจะผ่านกระบวนการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ หรือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
2. การวิเคราะห์ความรู้ (Knowledge Analysis) ในการวิเคราะห์ความรู้ ใช้วิธี วิเคราะห์คำสำคัญ (Keyword Annotation) หรือวิเคราะห์ความหมายสำคัญ (Semantic Annotation) ในบันทึกการสัมภาษณ์ (Script) เพื่อสร้างบทวิเคราะห์ความรู้ (Transcript) ที่พร้อมนำไปสังเคราะห์ (Modeling) ต่อไปโดยใช้ทั้ง คำสำคัญ (Keyword) หรือ คำที่มีความหมายใกล้เคียง (Semantic) ของแบบจำลอง CommonKADS: Knowledge Analysis and Data Structuring เช่น งาน (Task) การคิด (Inference) โครงสร้างการคิด (Inference Structure) สิ่งที่คิดหลักการที่ใช้แก้ปัญหาเฉพาะ (Domain Concept) ได้แก่ คำสำคัญต่าง ๆ (Jargon) ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา (Domain Ontology) หรือ รวมทั้งความรู้จากประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์อื่น ๆ (Support Tacit Knowledge) เช่น ข้อควรระวัง (Precaution หรือ Caution)
3. การสังเคราะห์แบบจำลองความรู้ (Knowledge Modeling) การสังเคราะห์ต้องคำนึงถึงการใช้งาน ต้องสนับสนุนอำนวยความสะดวก (Facilitate) เพียงพอ และเหมาะสมสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหาร หรือการแก้ปัญหา และการทำงานของกลุ่มผู้ปฏิบัติ (Community of Practice) ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เช่น
   3.1 ระบบช่วยตัดสินใจ (Decision Support)
   3.2 สารานุกรมความรู้พื้นฐาน (Ontology Mapping)
   3.3 ระบบการเรียนรู้ในงานวิกฤติ (E-Learning)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3.4 ระบบการปรับพื้นฐาน (Ontology Tutorial)

4. การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) การใช้ความรู้ตามแบบจำลองความรู้ของ CommonKADS: Knowledge Analysis and Data Structuring

4.1 ความรู้ระดับงาน (Task Knowledge) ใช้สำหรับผู้บริหารในการควบคุมงานด้วยความรู้ในระดับวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในการทำงาน รวมทั้งขีดความสามารถขององค์กรในการทำงาน แก้ปัญหา หรือตัดสินใจ ทำการเชื่อมโยงกับประเด็นสาระ Context ต่าง ๆ ที่ต้องตัดสินใจ ตามความต้องการขององค์กร

4.2 ความรู้ระดับการคิด (Inference Knowledge) ใช้สำหรับการเรียนรู้ขั้นตอนทุก ๆ ขั้นตอนในการคิดของงานวิกฤติต่าง ๆ สนับสนุนการเรียนรู้วิธีทำงาน แก้ปัญหาและตัดสินใจ เป็นการสร้างตัวสำรองที่สามารถทำงานทดแทนกันได้ (Redundancy) หรือ สนับสนุนการกระจายอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment)

4.3 ความรู้ระดับความสัมพันธ์ของปัญหาเฉพาะ (Domain Knowledge) ให้ผู้บริหารใช้ในการนำ (Conduct) กลุ่มนักปฏิบัติช่วยกันร้อยเรียงหลักการต่าง ๆ ตามความสัมพันธ์ ในการหาเหตุผลสำหรับการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจ

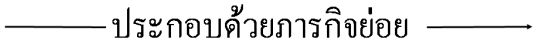
2. การสร้างแบบจำลองความรู้ KADS (Knowledge Analysis and Data Structuring)

1. แบบจำลองความรู้ (Knowledge Model) คือกระบวนการใช้ความรู้เพื่อทำงาน แก้ปัญหา หรือตัดสินใจ โดยมีความจริงที่ถูกป้อนเข้าหรืออินพุท (Input) และให้ผลลัพธ์หรือเอาท์พุท (Output) ประกอบด้วยแบบจำลองย่อย 3 ระดับ ได้แก่

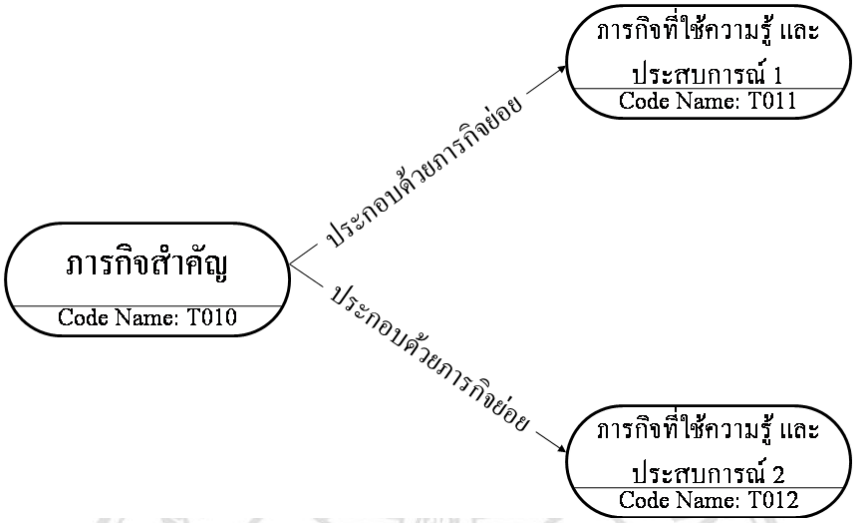
1.1 แบบจำลองความรู้ภารกิจ (Task Knowledge) คือความรู้ในวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์ย่อย (Goal and Sub Goal) ในการบรรลุภารกิจ ประกอบด้วยสัญลักษณ์ที่ใช้ต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 4 แสดงเครื่องหมาย Task



รูปที่ 2.4 เครื่องหมายแสดง Sub Task เชื่อมโยงไปยัง Inference Knowledge



รูปที่ 2.5 แสดงตัวอย่างแบบจำลองความรู้ภารกิจ

1.2 แบบจำลองความรู้วิธีการคิด (Inference Knowledge) คือความรู้ในขั้นตอนการคิดหาเหตุผล (Reasoning) รู้ในเหตุ รู้ในผล ให้บรรลุวัตถุประสงค์ย่อย เช่น ความต้องการต่าง ๆ ผลลัพธ์ต่าง ๆ วิธีแก้ปัญหาต่าง ๆ และประเด็นอื่น ๆ โดยมีการใช้เครื่องหมายแสดงประเด็นเหตุผล (Inference Role) ที่เป็นความรู้อยู่ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) สำหรับภารกิจย่อย ๆ นั้น เชื่อมโยงไปยัง Domain Knowledge ต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 2.6 แสดงเครื่องหมาย Inference Role ที่เป็นความรู้ในตัวบุคคล

เครื่องหมายแสดงประเด็นเหตุผล (Inference Role) ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) สามารถอ้างอิงไปยังเอกสารความรู้ (Repository) สำหรับภารกิจย่อยนั้น ๆ

รูปที่ 2.7 แสดงเครื่องหมาย Inference Role ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง

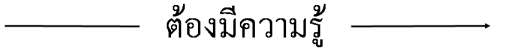
เครื่องหมายแสดงวิธีหาเหตุผล (Inference Step) ที่เป็นความรู้ในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) สำหรับภารกิจย่อยนั้น ๆ เชื่อมโยงลงไปยัง Domain Knowledge ต่อไป

รูปที่ 2.8 แสดงเครื่องหมาย Inference Step ที่เป็นความรู้ในตัวบุคล

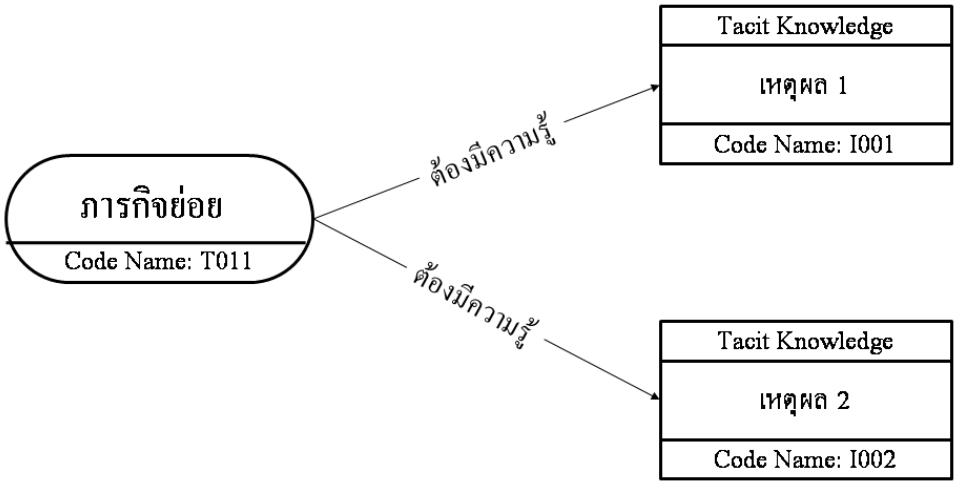
เครื่องหมายแสดงวิธีหาเหตุผล (Inference Step) ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) อ้างอิงไปยังเอกสารวิธีการ (Procedure) สำหรับภารกิจย่อยนั้น ๆ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 2.9 แสดงเครื่องหมาย Inference Step ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง



รูปที่ 2.10 เครื่องหมายแสดง Inference

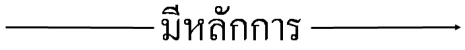


รูปที่ 2.11 แสดงตัวอย่างแบบจำลองความรู้วิธีคิด

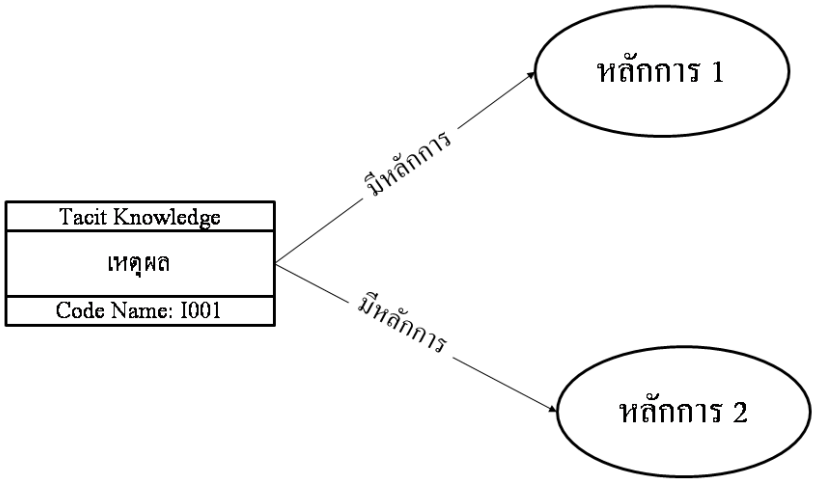
1.3 แบบจำลองความรู้หลักการเฉพาะปัญหา (Domain Knowledge) คือความรู้ในสิ่งที่ต้องคิดหรือกระบวนการตั้งหลักการ (Conceptualization) เฉพาะเรื่องในการแก้ปัญหาหรือตัดสินใจเพื่อให้บรรลุการคิด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 2.12 เครื่องหมายแสดงหลักการ (Concept) สำหรับเหตุผลนั้น ๆ



รูปที่ 2.13 เครื่องหมายแสดงความสัมพันธ์ (Relationship) สำหรับเหตุผลนั้น ๆ



รูปที่ 2.14 แสดงตัวอย่างแบบจำลองหลักการเฉพาะปัญหา

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรีชญากรณ์ ไชยาโส (2553) ได้ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องการพัฒนาระบบจัดการความรู้ของหน่วยพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดการความรู้ งานนโนบายและแผนประกันคุณภาพการศึกษา สำนักงานคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยศึกษาตามกรอบแนวคิดการจัดการความรู้ และกระบวนการจัดการความรู้ มีวิธีการศึกษาทั้งหมด 6 ขั้นตอนตามกระบวนการจัดการความรู้ คือ 1) การกำหนดชนิดของทุนทางปัญญา หรือความรู้ที่ต้องการ ด้วยการศึกษาองค์กร กำหนดยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์การจัดการความรู้ และการคัดเลือกหัวข้อความรู้ 2) การสร้างทุนทางปัญญาหรือการค้นหาใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว ด้วยการคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถสำหรับเป็นผู้เชียวชาญในการถ่ายทอดความรู้ การค้นหาและเปรียบเทียบความรู้ในองค์กร 3) การเสาะหา และจัดเก็บความรู้ในองค์กรให้เป็นระบบด้วยการจับความรู้ วิเคราะห์ความรู้ และสังเคราะห์ความรู้ของหัวข้อความรู้ที่คัดเลือก 4) การแบ่งปัน แลกเปลี่ยน เผยแพร่ กระจาย และการถ่ายโอนความรู้ ด้วยการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการจัดทำเว็บไซต์สำหรับแบ่งปันความรู้ 5) การใช้ประโยชน์ การนำไปประยุกต์ใช้งาน 6) การประเมินผลระบบการจัดการความรู้ การศึกษาโอกาส และแนวทางในการพัฒนาต่อไป

ศศิธร สุดเจริญ (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการความรู้เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตสารคดีวิทยุ และสารคดีโทรทัศน์ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต ผลการศึกษาพบว่า ผลสำเร็จของการนำกระบวนการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตสารคดีวิทยุ และสารคดีโทรทัศน์ คือการได้องค์ความรู้ใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงาน และได้คู่มือการปฏิบัติราชการที่มีมาตรฐานทางวิชาการที่สามารถนำมาใช้ปฏิบัติได้จริง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประกอบด้วย 1) บทบาทของผู้บริหารในการจัดการความรู้ ที่มีส่วนสำคัญในการให้คำแนะนำปรึกษา ผลักดันให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ และพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ผู้บริหารหน่วยงานย่อย ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรภายในหน่วยงานให้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้มีการถ่ายทอดความรู้แลกเปลี่ยนเรียนรู้แก่เพื่อนร่วมงาน เพื่อสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นในหน่วยงาน 2) บุคลากร ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงาน ต้องมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ จริงใจในการเรียนรู้ การนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงาน และทำงานเป็นทีม 3) วัฒนธรรมองค์กร ผู้บริหารสูงสุดและผู้ปฏิบัติงาน มีส่วนที่ทำให้องค์กรเกิดปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สร้างบรรยากาศในการทำงานร่วมกัน เน้นการทำงานเป็นทีม และช่วยเหลือกันในการทำงานตามความถนัด 4) เทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือที่นำมาใช้ จะช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็วขึ้น เนื่องจากมีการจัดเก็บข้อมูล ภาพ และเสียงอย่างเป็นระบบ สามารถเรียกใช้งานได้ง่าย และทำให้ผลงานสารคดีมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

วัฒนศักดิ์ พุทธาไฝ (2556) ทำการศึกษาระบบการจัดการความรู้เพื่อกระบวนการฝึกอบรมของสำนักงานอัยการสูงสุด โดยใช้แนวทางทฤษีการเรียนรู้จากการทำงาน (Learning in Action) และทฤษฎีการสร้างความรู้ (Knowledge Creating) เป็นเครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมาตรฐานในการทำงานด้านกระบวนการฝึกอบรมของสำนักงานอัยการสูงสุด เพื่อช่วยในการแก้ปัญหาดังกล่าว เพื่อให้บุคคลที่เข้ามาปฏิบัติงานใหม่ ในสำนักฝึกอบรม หรือบุคลากรในหน่วยงานอื่นของสำนักงานอัยการสูงสุดที่ต้องปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม ใช้เป็นแนวทางหรือมาตรฐานในการทำงาน และให้บุคคลในองค์กรเกิดความเข้าใจ และเห็นคุณค่าของการถ่ายทอดองค์ความรู้ และจัดเก็บอย่างเป็นระบบ

อรวรรณ อุทัยมณีรัตน์ (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานด้านกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่” เป็นการวิจัยแบบกรณีศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้แนวคิดการจัดการความรู้ในการปฏิบัติงานด้านกิจการนักศึกษาของมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านกิจการนักศึกษา และผู้ใช้บริการด้านกิจการนักศึกษา สำนักกิจการนักศึกษา ปีการศึกษา 2549 จำนวน 31 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในลักษณะการบรรยาย และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่ออธิบายผลการศึกษาตามความเป็นจริงถึงการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานด้านกิจการนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า วิธีการทำงานของบุคลากรในการปฏิบัติงานด้านกิจการนักศึกษายังเป็นลักษณะของการทำงานแบบลองผิดลองถูก เพื่อหาวิธีการในการทำงาน และพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด โดยมีวิธีการทำงานที่มีการปรับปรุงรูปแบบในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทำงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ วิธีการแสวงหาความรู้ใหม่ จากแหล่งความรู้ต่างๆ ที่มีการจดบันทึกอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่หน่วยงาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved