รูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์

Knowledge Management Model of Ikat Silk Weaving Business , Napho Handicraft Center

ผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธงชัย พาบุ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ท้วมสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลภัสส์ วงษ์ประเสริฐ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญชม ศรีสะอาด
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีเป้าหมาย เพื่อ ศึกษากระบวนการ กิจกรรมการจัดการความรู้ และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลให้การจัดการความรู้กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ประสบผลสำเร็จ และสังเคราะห์พร้อมนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ของธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ที่ประสบผลสำเร็จ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มละ 8 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกลุ่ม จำนวน 30 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย การวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษากระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ และปัจจัยความสำเร็จของการจัดการความรู้ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสนทนากลุ่มสมาชิก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้โดยนำผลการศึกษาที่ได้จากระยะที่ 1 มาสังเคราะห์และสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ที่ควรจะเป็นบนพื้นฐานของทฤษฎีการจัดการความรู้ตามกรอบวิจัย และในระยะที่ 3 การยืนยันรูปแบบการจัดการความรู้โดยการอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาเป็นหลัก และนำเสนอด้วยการเขียนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. กระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ของธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ไม่ได้ยึดหลักการแบบเดียวกับการจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการความรู้ในธุรกิจของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ไม่ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน แต่มีการเชื่อมโยงกระบวนการจัดการความรู้ในทุกกระบวนการ เมื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจตามกรอบการวิจัยแล้ว สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการความรู้ในกระบวนการธุรกิจแต่ละขั้นตอนไม่แตกต่างกัน ทุกขั้นตอนมีการดำเนินงานคล้ายกัน แต่ละกระบวนการมีการดำเนินงานแบบไม่

เป็นเส้นตรง ไม่มีรูปแบบ ไม่มีลำดับขั้น เนื่องจากความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่เป็นความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) ที่ฝังอยู่ในตัวคน เป็นทักษะ (Skill) ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสมเรียนรู้มาจากคนในครอบครัวและเครือญาติ การถ่ายโอนความรู้ที่เป็นทักษะไปสู่ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) จึงมีอยู่น้อย ส่วนมากจะเป็นการทำซ้ำ (Reproduction) ฉะนั้นขั้นตอนการจัดการความรู้อาจจะก้าวกระโดด และสามารถสรุปจัดกลุ่มการจัดการความรู้ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ (1) การกำหนดความต้องการความรู้ 2) การสร้างและการจัดหาความรู้ 3) การจัดเก็บความรู้ และการเผยแพร่ความรู้ 4) การใช้ความรู้และการวัดผลการจัดการความรู้ และความรู้ที่นำมาจัดการมี 2 ประเภท คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชน และ 2) ความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารจัดการและการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือกิจกรรมในการจัดการความรู้อาศัยกระบวนการทางสังคม กระบวนการกลุ่ม กระบวนการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยกิจกรรมการเล่าเรื่อง บอกต่อ สนทนา ประชุมชี้แจง ฝึกอบรม สัมมนา ศึกษา ดูงาน เยี่ยมชมสาธิต ปฏิบัติจริง ทดลอง การติดประกาศ การประชาสัมพันธ์ การเข้าร่วมแสดงสินค้าและจัดจำหน่าย

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ (1.1) ภาวะผู้นำ ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ สมาชิกเชื่อถือศรัทธา เคารพเชื่อฟัง (1.2) คน มีจุดมุ่งหมายเดียวกันมีความต้องการเหมือนกัน มีความรักความสามัคคี มีความผูกพันและมุ่งมั่น (1.3) วัฒนธรรมองค์กร สมาชิกเชื่อถือศรัทธาในองค์กร ร่วมมืออย่างจริงใจ ไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งและกัน มีความสุขในการทำงานร่วมกัน เห็นประโยชน์ขององค์กรเป็นหลัก (1.4) ภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักของลูกค้า และ 2) ปัจจัยรอง ได้แก่ (2.1) ความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าให้เห็นคุณค่าของสินค้าและบริการ (2.2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ สินค้าละบริการการตลาดและการกระจายสินค้า และใช้ค้นหาความรู้ต่างๆ

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ การจัดการธุรกิจชุมชน ผ้าไหมมัดหมี่

ABSTRACT

The aims of the research were to study the process and the activities of the knowledge management, to analyze the factors supporting the knowledge management of ikat silk weaving of Napho Handicraft Group successfully, and to

synthesize and present the knowledge management model of ikat silk weaving business of successful Napho Handicraft Group. The qualitative method was used by collecting the data from eight of each group of administrators and workers, and ten qualified persons.

Thirty people of the sample group were taken from members by simple random. The study was divided into three periods: in the first period it was studying the process and the activities of the knowledge management and the successful factors of the knowledge management by using deep interviews of groups of administrators and workers, member talking, and participating observation; in the second period it was developing the pattern of the knowledge management by taking the first period results to synthesize and build the possible knowledge management model based on knowledge management theory of the research frame; and in the third period it was confirming the knowledge management model by referring to the qualified persons. This study was conducted by using content analysis and presented by using qualitative research writing.

Findings

1.The process and the activities of the knowledge management of ikat silk weaving business of Napho Handicraft Group are not like the modern business organizations. It does not run step by step, but it connects every process of the knowledge management. When analyzing it was found that the knowledge management of each stage of business is not different. Every stage runs similarly. Each process was not managed in a straight way, form, and order. That is because the most is tacit knowledge in oneself. It is the skill passed on to generation after generation from the skill knowledge to the explicit knowledge. Most of the knowledge is reproduction. The knowledge management stage may jump ahead. The knowledge management can be concluded and grouped into four: 1) knowledge need estimation, 2) knowledge building and seeking, 3) knowledge keeping and spreading, and 4) knowledge using and knowledge management evaluating. There are two kinds of managed knowledge: 1) the knowledge about culture, wisdom and community life styles, and 2) modern academic knowledge about management and development of product quality. The process or the activities of the knowledge management are based on social process, group

activity process and the process of participation in exchanging knowledge with story telling, hearsay, talking, meeting, training, studying, visiting, demonstrating, practicing, experimenting, noticing, public relation, trade exhibition participation and selling.

2.The factors supporting the knowledge management of ikat silk weaving business of Napho Handicraft Group successfully consist of 1) four essential factors: (1.1) leadership – the leader has vision, knowledge, ability, and members' beliefs and obedience to the leader, (1.2) men – they have the same aims and needs, love and unity, and relation and intention, (1.3) organization culture – the members believe in the organization and believe each other, work together happily, and intend to the organization's advantage, and (1.4) trade mark image – the goods are well known and have outstanding identity. 2) supporting factors: (2.1) relation with customers, quality and service, (2.2) using information technology for goods advertisement, service, marketing, goods distribution, and knowledge seeking.

Key words: Knowledge management, community business management, ikat silk

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การจัดการความรู้ (Knowledge management) เป็นหัวข้อสำคัญในการศึกษาและนำไปใช้ในการพัฒนาองค์การอย่างกว้างขวาง องค์การไม่สามารถดำเนินธุรกิจในแนวทางแบบเดิม ต้องเปลี่ยนกลยุทธ์ในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (โกศล ดีศีลธรรม, 2545) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่นำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ โดยผ่านกระบวนการสร้าง รวบรวม แลกเปลี่ยน และใช้ความรู้ (วิจารณ์ พานิช, 2546) ซึ่งตามหลักการของ Nonaka and Takeuchi (1995) เรียกว่า SECI model เป็นกระบวนการถ่ายโอนความรู้จากความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) ไปสู่ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) โดยอาศัยกระบวนการทางสังคม (Socialization) ด้วยการสนทนา พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ถ่ายโอนความรู้โดยนัยไปสู่ความรู้ที่ชัดแจ้ง โดยกระบวนการแปลงความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคนไปเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Externalization) ให้ปรากฏในรูปของสื่อชนิดต่างๆ จากนั้นรวบรวมจัดระบบหรือจัดหมวดหมู่ความรู้ให้ชัดเจนเพื่อนำไปถ่ายโอนอีกทอดหนึ่ง (Combination) อันจะนำไปสู่การพัฒนาให้เกิดเป็นความรู้โดยนัย

ต่อผู้ที่ฝึกฝน ผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้ที่ชัดแจ้งไปสู่ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในคน (Internalization) เป็นกระบวนการไม่รู้จบ

กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์จัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2519 มีสมาชิกเริ่มก่อตั้งราว 35 คน ได้รับการสนับสนุนจากโครงการมูลนิธิศิลปาชีพ ในพ.ศ. 2542 ได้เข้าโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ตามแนวพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา สยามบรมราชกุมารี โดยการจัดตั้งศูนย์หัตถกรรมผ้าไหมนาโพธิ์ เป็นศูนย์กลางการทอผ้าไหมที่มีการรวมกลุ่มของแม่บ้านเกษตรกรบ้านนาโพธิ์ เพื่อส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนแบบครบวงจร มีการผลิต การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายและเป็นศูนย์ถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชน ผ้าไหมนาโพธิ์เป็นสินทรัพย์ชุมชนที่มีตัวตน วัตถุดิบที่ใช้คือเส้นไหม ที่ผลิตขึ้นในชุมชน โดยเครือข่ายสมาชิกทำการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม สาวไหม ย้อมไหม รวมถึงจัดทำผลิตภัณฑ์ต่างๆจากไหม มีการผลิตครบทั้งกระบวนการโดยเครือข่ายภายในท้องถิ่น (สุภาพร พรหมนิยม. 2543; วิชิต วิจิตรจินดา. 2547) ต่อมา พ.ศ. 2544 ได้เข้าร่วมในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีหลักการพื้นฐานหรือปรัชญา 3 ประการ คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet global) พึ่งตนเองอย่างสร้างสรรค์ (Self reliance creativity) และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) ใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนระดับรากหญ้า ทำให้เกิดการสนับสนุน ส่งเสริม การวางรากฐานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่พึ่งตนเองและการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเข้มแข็งมั่นคงอย่างยั่งยืน(ภาณี ชนาธิปกรณ์ และวัชรี พุ่มทอง, 2546; อัจฉราวรรณ มณีขัติย์, 2547) และส่งผลิตภัณฑ์เข้าประกวดได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) ระดับ 5 ดาว ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการคัดสรร คือ สามารถส่งออกได้ (Exportable) มีความแกร่งของตราสินค้า (Brand equity) มีการผลิตอย่างต่อเนื่องโดยมีคุณภาพคงเดิม (Continuous & consistent) มีมาตรฐาน (Standardization) มีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) (เกณฑ์คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) พ.ศ. 2547, 2547)

ถึงแม้ว่าการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์จะประสบความสำเร็จหลายด้านสามารถเป็นตัวอย่างให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นๆได้ แต่ยังไม่พบว่ามีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของกลุ่มแต่อย่างใด งานวิจัยส่วนใหญ่ยังอยู่ในขอบเขตจำกัดเฉพาะจะศึกษาเกี่ยวกับสภาพทั่วไป สภาพการบริหารจัดการ และปัจจัยความสำเร็จ เท่านั้น ผลการวิจัย พบว่าส่วนใหญ่ พบว่า การบริหารจัดการเป็นแนวทางนำไปสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประชาชนในชนบท การยกระดับฐานเศรษฐกิจของระบบ

การเงินและสังคมให้สูงขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและการตลาดที่ดีซึ่งจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การผลิตและการตลาดในผลิตภัณฑ์ต่อไป (วิชิต วิจิตรจินดา. 2547) ปัจจัยภายในที่นำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจการทอผ้ามัดหมี่ ได้แก่ แรงบันดาลใจจากการได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ความสนใจใฝ่รู้ ความคิดที่อยากจะทอผ้าเป็น มีใจรักและชอบผ้าไหม เจตคติ ชอบและรักในธุรกิจทอผ้ามัดหมี่ การเรียนรู้ มีการเรียนรู้อย่างเป็นขั้นตอน และความคาดหวังต่ออาชีพ ต้องการที่จะสร้างรายได้ให้ครอบครัว การสร้างงานในท้องถิ่น การอนุรักษ์ศิลปะพื้นบ้าน การหาอาชีพที่แน่นอนให้กับตนเองและลดแรงงานย้ายถิ่น (สุภาพร พรหมนิยม. 2543) และการดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปตามทฤษฎีการมีส่วนร่วม และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง สร้างผลิตภัณฑ์ อาชีพ รายได้ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม แรงจูงใจ ผลประโยชน์ที่ได้รับ การผูกพันและการยอมรับ (โกสินทร์ ศรีเพชรพงษ์. (2548)

จากผลการวิจัยข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า การดำเนินงานของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้น สมาชิกชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม และมีการพัฒนาการเรียนรู้ในการประกอบอาชีพ แต่โดยทั่วไปยังประสบปัญหาในเชิงการผลิตและการตลาด ในขณะเดียวกัน ในการจัดการธุรกิจชุมชนสามารถนำกระบวนการจัดการความรู้มาใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และใช้ประโยชน์จากการจัดการความรู้ได้อย่างยั่งยืน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดสินค้าระดับ 5 ดาวตามกรอบแนวคิดของการคัดสรรนั้นถือได้ว่าเป็นธุรกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก ในขณะเดียวกัน ธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกันยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของกลุ่มธุรกิจทั้งหมด หากการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการผลักดันให้การจัดการธุรกิจชุมชนเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างแท้จริงแล้ว จึงเป็นที่น่าสนใจว่า กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ ได้นำกระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้เข้ามาใช้มากน้อยเพียงไร และกระบวนและกิจกรรมการจัดการความรู้เป็นอย่างไร ดังนั้นการศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ ตลอดจนปัจจัยที่ส่งเสริมให้กระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ประสบผลสำเร็จ จะนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ของกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์

ต่อการนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจชุมชนให้ประสบผลสำเร็จได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์

2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์

วิธีการวิจัย

1. **ระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการวิจัย**

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และการสัมมนาอ้างอิงผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) โดยมีขั้นตอน ดังนี้ **ระยะที่** 1 การศึกษากระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้การจัดการความรู้กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ประสบผลสำเร็จ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสนทนากลุ่มสมาชิก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม **ระยะที่** 2 นำผลการศึกษาที่ได้จากระยะที่ 1 มาสังเคราะห์และสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ที่ควรจะเป็น (Tentative model) บนพื้นฐานของทฤษฎี และ **ระยะที่** 3 การยืนยันรูปแบบโดยอาศัยเทคนิคการสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิ และนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์

2. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย

ประชากร คือ ผู้บริหาร 8 คน ผู้ปฏิบัติงาน 8 คน สมาชิก จำนวน 130 คน และกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน **กลุ่มตัวอย่าง** คือ สมาชิก จำนวน 30 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการระบุจำนวน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

3. **เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยมี 4 ชนิด คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้ของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์

หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ และแบบยืนยันความถูกต้องโดยใช้เทคนิคการสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิ

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ และปัจจัยที่ส่งผลให้การจัดการความรู้ธุรกิจของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ที่ประสบผลสำเร็จ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลกลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน การรวบรวมข้อมูลเพื่ออธิบายบริบทการจัดการความรู้ของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ด้วยการสนทนากลุ่มสมาชิกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

4.2 เทคนิคการสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อวิพากษ์วิจารณ์ข้อมูลความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำมาปรับปรุงรูปแบบการจัดการความรู้ที่พัฒนาขึ้น รวมทั้งเป็นการยืนยันความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของรูปแบบ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานเป็นรายบุคคล และสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สังเคราะห์เป็นรูปแบบการจัดการความรู้ที่ควรจะเป็น และสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิ ประมวลความคิดเห็น ข้อวิพากษ์วิจารณ์และข้อเสนอแนะ แล้วนำเสนอรูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์

ผลการวิจัย

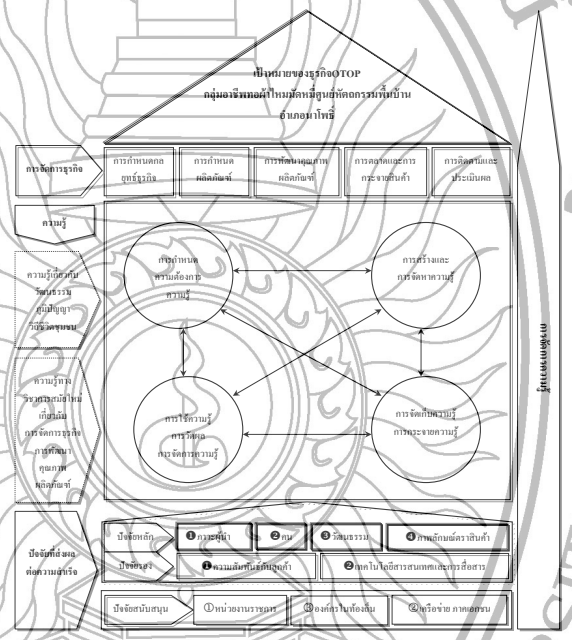
1. กระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ธุรกิจกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ มีกระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้เหมือนหรือคล้ายกันในทุกขั้นตอนการจัดการความรู้ในธุรกิจ คือ ไม่มีรูปแบบ ไม่เป็นขั้นตอน มีการเชื่อมโยงในกระบวนการต่างๆ ในลักษณะก้าวกระโดด การดำเนินการอาศัยกระบวนการทางสังคม กระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการกลุ่มในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน โดยใช้กิจกรรม การเล่าเรื่อง การบอกต่อ การประชุมกลุ่มย่อย การพบปะสนทนา ชี้แจง แจ้งให้ทราบ การศึกษา การดูงาน การเยี่ยมชม การสาธิต ทดลอง และการฝึกปฏิบัติ ความรู้ที่นำมาจาก 2 ส่วน คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งเป็นความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล เป็นทักษะ (Skill) ที่ได้รับการถ่ายทอดสั่งสม เรียนรู้มาจากคนในครอบครัวและเครือญาติ การถ่ายโอนความรู้ที่เป็นทักษะไปสู่ความรู้ที่ชัดแจ้ง

(Explicit knowledge) จึงมีอยู่น้อย ความรู้นี้จะเรียนรู้ด้วยการทำซ้ำ (Reproduction) และ 2) ความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการตลาดเป็นความรู้ที่ได้รับจากวิทยากรของหน่วยงานต่างๆ มาให้การศึกษา อบรม ดูงาน สัมมนา เยี่ยมชม ทดลอง และฝึกปฏิบัติ

2. ปัจจัยความที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ธุรกิจของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) ภาวะผู้นำ ผู้นำมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ความสามารถ สมาชิกเคารพเชื่อฟัง มีคุณลักษณะการเป็นผู้นำ ได้รับความเชื่อถือศรัทธาจากสมาชิก เป็นธรรม มีใจเป็นกลางและเสมอภาค โปร่งใส จริงใจต่อการทำงาน ทุ่มเทเสียสละ เอื้อเฟื้อ มีทัศนคติและเจตคติที่ดี เป็นครูภูมิปัญญา ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ได้ดี มีจิตวิทยาในการทำงานร่วมกับสมาชิกสูง (2) คน สมาชิกทุกคนมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน มีใจรักการทอผ้า มีความรักความผูกพันกับสมาชิกคนอื่นๆเสมือนเครือญาติ รักองค์กร มีความสุขและรักการทำงานร่วมกัน มีความสามัคคี เอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ไว้เนื้อเชื่อใจกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่างๆ ของกลุ่ม (3) วัฒนธรรมองค์กร สมาชิกรักองค์กร ให้ความร่วมมือด้วยความจริงใจ ทำงานแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเอื้ออาทรต่อกัน เคารพผู้อาวุโส มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ร่วมแรงร่วมใจช่วยกันรักษาเอกลักษณ์และพัฒนากลุ่มด้วยการคิดค้นอยู่เสมอ และ (4) ภาพลักษณ์ตราสินค้า ผ้าซิ่นตีนแดงเก็บตีนดาวมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เป็นศิลปหัตถกรรมของชาวอำเภอนาโพธิ์ มีคุณภาพดี เป็นสินค้าจากภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของชุมชน ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ประณีตสวยงามจึงเป็นที่นิยมของลูกค้า

2) ปัจจัยรอง คือ ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับรองลงมาที่มีส่วนสนับสนุนให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์กับลูกค้า กลุ่มได้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าทุกระดับโดยการสร้างความผูกพัน ความไว้เนื้อเชื่อใจของลูกค้าให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าของกลุ่มอีก และน้อมรับคำแนะนำจากลูกค้าไปปรับปรุงแก้ไขการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการ (2) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้า การตลาดและการกระจายสินค้าและใช้ค้นหาความรู้ต่างๆเพิ่มเติม และ 3) ปัจจัยสนับสนุน หมายถึงปัจจัยที่มาสนับสนุนและส่งเสริมให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การสนับสนุนความรู้ทางวิชาการสมัยใหม่ด้านการตลาดและการกระจายสินค้าจากส่วนราชการต่าง ๆ การสนับสนุนจากเครือข่ายทางการตลาด ตัวแทนจำหน่าย และภาคเอกชนต่างๆ รวมทั้งการสนับสนุนจากองค์กรในท้องถิ่นด้วย

3. รูปแบบการจัดการความรู้ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์กระบวนการและกิจกรรมการจัดการความรู้ และปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาโพธิ์ สามารถสรุปจัดกลุ่ม ได้ 4 กลุ่ม คือ 1) การกำหนดความต้องการความรู้ 2) การสร้างและจัดหาความรู้ 3) การจัดเก็บและการใช้ความรู้ และ 4) การใช้และการวัดผลการจัดการความรู้ ความรู้ที่นำมาจัดการ คือ ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชน และความรู้วิชาการสมัยใหม่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการตลาด ส่วนปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการความรู้ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ คน วัฒนธรรมองค์กร ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความสัมพันธ์กับลูกค้า และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ดังภาพ



ภาพ 1 รูปแบบการจัดการความรู้ธุรกิจของกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์

การอภิปรายและสรุปผล

การจัดการความรู้ใช้กระบวนการทางสังคม กระบวนการกลุ่มในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันโดยอาศัยกิจกรรม การเล่าเรื่อง การบอกต่อ การประชุมกลุ่มย่อย การพบปะสนทนา ชี้แจง แจ้งให้ทราบ การศึกษา การดูงาน การเยี่ยมชม การสาธิต ทดลอง และการฝึกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ คือ การเรียนรู้จากการกระทำ รู้จักใช้ภูมิปัญญา เทคโนโลยี แนวคิดด้านวิชาการผสมผสานรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้นำไปสู่นวัตกรรมการสร้างผลิตภัณฑ์ และพัฒนาความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ด้ายการใช้ความรู้อย่างเป็นระบบโดยอาศัยกระบวนการทางสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้การนำความรู้ไป

ใช้ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (กองวิชาการ ฝ่ายนโยบายและแผน ธ.ก.ส., 2546; พร จันทร์ , 2547; ชาตรี เจริญศิริ, 2546) ความรู้เหล่านี้เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การศึกษา การเรียนรู้ การแลกเปลี่ยน สนทนา ฝึกฝน ฝึกอบรม หรือเป็นพรสวรรค์ เป็นความรู้อย่างไม่เป็นทางการเรียกว่าความรู้โดยนัย (Tacit knowledge) เกี่ยวกับวัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตที่เกิดจากวัฒนธรรม ความเชื่อ ความศรัทธาภายใต้ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต การทำงาน และการปฏิบัติ ฝังลึกในองค์การเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของการทำงานภายในองค์การจนกลายเป็นความรู้โดยรวมขององค์การจนกลายเป็นความสามารถหลักขององค์การ (Core Competency) (Nonaka and Takeuchi, 1995; Choo, 2000; Edvinson, 2000) ผลสำเร็จของการจัดการความรู้ขึ้นอยู่กับกิจกรรม 2 อย่าง คือ การจัดการกิจกรรมความรู้และการจัดการสินทรัพย์ความรู้ (Kim, 2002)ดำเนินการภายใต้ปรัชญา 5 ประการ คือ 1) สร้างงานสร้างรายได้แก่ชุมชน 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2550) ดำเนินการโดยเน้นกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนบนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง กระตุ้นให้เกิดกระบวนการสร้างการเรียนรู้ (ภาณี ชนาธิปกรณ์ และวัชรี พุ่มทอง,2546) เป็นแนวคิดการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการสร้างเอกลักษณ์สินค้าชุมชน มีตลาดรองรับ และทำธุรกิจอย่างยั่งยืน(สมพร ลิ่มไทย, 2545)

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรู้สอดคล้องกับการวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้หลายคน ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ คน วัฒนธรรมองค์กร ความรู้ กระบวนการ ความสัมพันธ์กับลูกค้า ภาพลักษณ์ตราสินค้า กลยุทธ์การจัดการความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการวัดผลการจัดการความรู้ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม แรงจูงใจ ผลประโยชน์ที่ได้รับ การผูกพันและการยอมรับ และ แรงบันดาลใจจากบรรพบุรุษ ความสนใจใฝ่รู้ มีใจรักและชอบผ้าไหม เจตคติ การเรียนรู้อย่างเป็นขั้นตอน ความคาดหวังต่ออาชีพ และต้องการที่จะสร้างรายได้ให้ครอบครัว (Ahmed, Lim and Loh, 2002; Keyser. 2004; Mathi.2004; สุภาพร พรหมนิยม. 2543; บดินทร์ วิจารณ์. 2547;โกสินทร์ ศรีเพชรพงษ์. 2548)

ข้อเสนอแนะ

1. **ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้**

ผลจากการวิจัย ทำให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการความรู้สำหรับการจัดการธุรกิจที่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชนอื่นๆ ทั้งในระดับนโยบาย และระดับการบริหารจัดการ ดังนี้

1.1 การนำไปใช้ในระดับนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดองค์ความรู้และรวบรวมองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการจัดการธุรกิจชุมชน ควรมีการกำหนดให้องค์กรในระดับท้องถิ่นที่ใกล้ชิดกับชุมชนจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และส่งเสริมให้มีการใช้ประโยชน์จากความรู้เพื่อการจัดการธุรกิจชุมชนได้อย่างเหมาะสม และควรมีการสนับสนุนทั้งในรูปงบประมาณและการส่งเสริมการดำเนินการเพื่อการจัดการความรู้ให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์และการตลาด

1.2 การนำไปใช้ในระดับการบริหารจัดการ ควรมีการนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจและการจัดการองค์กรมาใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน และควรมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการจัดการความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

การวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการศึกษาเพื่อค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีของการจัดการความรู้สำหรับการจัดการธุรกิจชุมชน แต่มีขอบเขตจำกัดเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษา และระเบียบวิธีวิจัย ผลการวิจัยเรื่องนี้จึงยังมีประเด็นที่สามารถนำไปทำการวิจัยต่อยอดและขยายผลเพื่อให้ได้ความรู้ที่ครอบคลุมและยืนยันผลวิจัยให้น่าเชื่อถือและนำไปใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางมากขึ้น ได้แก่ (1) กระบวนการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนอื่นๆ ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลวิจัยที่เทียบเคียงทั้งในมุมมองที่เหมือนและแตกต่างกันได้ (2) การวิจัยเชิงพัฒนา โดยการนำรูปแบบการจัดการความรู้จากผลการวิจัยนี้ ลงไปดำเนินการกับกลุ่มธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกันแต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงยืนยันที่น่าเชื่อถือและนำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบการจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นจากการนำไปปฏิบัติจริงมาแล้ว

เอกสารอ้างอิง

กองวิชาการ ฝ่ายนโยบายและแผน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2546). **สรุปการเสวนาวิชาการเรื่อง มก.ธกส. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตำบลไทยไปตลาดโลก**. กรุงเทพฯ.

เกณฑ์คัดสรรค์สุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) **พ.ศ. 2547**. ค้นเมื่อ 23พฤศจิกายน 2547,จาก http://www.thaitambon.com/OTOP2547/selection HB/OTOP47P1B.jpg

โกศล ดีศีลธรรม. (2545). การจัดการความรู้ในโลกแห่งเศรษฐกิจยุคใหม่. **Industrial Technology Review**, (101), 156-162.

โกสินทร์ ศรีเพชรพงษ์. (2548). **รูปแบบและวิธีการพัฒนากลุ่มสตรีแม่บ้านที่ประสบความสำเร็จตามโครงการ OTOP : กรณีศึกษากลุ่มสตรแม่บ้าน อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์**. ปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. (2544). ค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2547, จาก http://www. Thaitambon.com/OTOP/project.pdf

ชาตรี เจริญศิริ. (2546). **ประชาคมน่านกับการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.).

ปดินทร์ วิจารณ์. (2547). **การจัดการความรู้สู่ปัญญาประดิษฐ์**. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

พรจันทร์ สรานุรักษ์. (2547). กลุ่มทอผ้านาหมื่นศรี. **ว. พัฒนาชุมชน**, 42-44.

ภาณี ชนาธิปกรณ์ และวัชรี พุ่มทอง. (2546). หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ชาวบ้านได้อะไร. **ว.เศรษฐกิจและสังคม**, 40(3), 51-54.

วิจารณ์ พานิช. (2546). **การจัดการความรู้**. ค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2546, จาก http://www. Kmi.or.th/document/ experience/km_article.pdf.

วิชิต วิจิตรจินดา. (2547). **ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการตลาดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มอาชีพในเขตอำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมพร ลิ่มไทย. (2547). มก.ธกส. พัฒนาผลิตภัณฑ์โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร. **ว. เพื่อการพัฒนาชนบท**. 4(1), 63-75.

สุภาพร พรหมนิยม. (2543). **ปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจทอผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มสตรีและผลกระทบต่อชุมชนชนบท : กรณีศึกษาตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อัจฉราวรรณ มณีขัติย์. (2547). ยุทธศาสตร์กรอบแนวทางการปฏิบัติงานโครงการ OTOP ปี 2547. **ว. พัฒนา**ชุมชน. **43**(1), 14-20.

Ahmed, P.K.; Lim, K.K. and Loh, A.Y.E. (2000). **Learning though knowledge management**. Oxford: Butterwort Heinemann.

Choo, C.W. (2000) **Working knowledge: hoe organizations manage what they know.** Stepping into the new millennium: challenges for libraries & information Professionals. Paper presented at the 11th Congress of Southeast Asian Librarian, Singapore, 26-28 April. อ้างถึงใน ไพบูลย์ ปะวะเสนะ. (2547). ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2550,.จาก www.cgd.go.th/Library/knowledge/article/KM.pdf

Edvinson, L. (1997). Developing Intellectual Capital at Skandia. **Long Range Planning,Elsevier Science Limited.** 30(3), 366-373.

Keyser,R.L.(2004).**Assessing the Relationship between Knowledge Management and Plant Performance at the Tennessce Authority.** Ph.D.Thesis, Huntsville:The University of Alabama in Huntsville.

Kim, M. (2002). "A knowledge management model for SMEs in the Knowledge – based Economy." Edited by Tan Wee Liang. **Enterpreneuship and innovation in the knowledge based economiy : Challenges and stratergies.** Retrieved March 3, 2005, from www.apo-tokyo.org/ooe-books/is- 06/ Enterprenueship/ 02kim.emterinnov.pdf

Lee, C. C. Egbu, C., Boyd,D., Xiao, H., and Chinyo, E. (2005). **Knowledge Management for Small Medium Enterprise : Capturing and Communicating Learning and Experiences.** CIB W99 Working Commission 4. th. Triennial International Conference Rethinking and Revitalizing Construction. Safety, Health, Environment and Quality, Port Elizabeth-Sout Africa, 17-20 may 2005, 808-20. Retrieved March 3, 2005, from http://www.lhds.uce.ac.uk/ kem4construction/docs knowledge20%Management20% for20%Small%20 Meduim%20Enterprise%20Ca

Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). **The Knowledge Creating Company.** New York: Oxford University Press.