

การจัดการความรู้

(Knowledge Management)

นฤมล พงษ์ศิลป์*

พัชรา หาญเจริญกิจ**

บทนำ

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning Society) แหล่งความรู้มีมากมาย เกินกว่าจะเรียนรู้ได้หมด แต่ในขณะเดียวกัน มนุษย์ก็มีลักษณะพิเศษ คือสามารถเรียนรู้และพัฒนาการตนเองได้ตลอดเวลา การเรียนรู้และสั่งสมความรู้ ตลอดจนการพัฒนาวิชาการต่างๆ ให้ก้าวหน้าทำให้มีการคิดค้นสิ่งต่างๆ ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และธรรมชาติเพื่อหาคำตอบให้กับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ความรู้เหล่านั้น มีผลโดยตรงต่อความเป็นอยู่ ซึ่งทำให้มนุษย์อยู่ได้ และมีสภาพที่เหนือกว่าสัตว์ต่างๆ ทั้งหลาย ในโลก การเก็บสั่งสมความรู้ ความคิด และการรู้จักค้นหาเหตุผล ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต

ความรู้เป็นผลผลิตของสารนิเทศซึ่งประกอบด้วย ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทฤษฎี หลักการ และกรอบแนวคิดต่างๆ รวมถึงทักษะและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งใช้เพื่อการตัดสินใจ สารนิเทศมีอยู่ตามแหล่งข้อมูล อาทิ สื่อประเภทต่างๆ และห้องสมุด สารนิเทศไม่สามารถคิดแทนมนุษย์ได้ แต่มนุษย์ได้ประโยชน์จากสารนิเทศ โดยการนำมาผ่านกระบวนการทางความคิดเพื่อให้เกิดเป็นความรู้ขึ้นมา

ความหมายของความรู้ (Knowledge)

มีผู้อธิบายความหมายของคำว่าความรู้ (Knowledge) ไว้อย่างหลากหลาย เช่น

Knowledge (n.) หมายถึง ความรู้ ความคุ้นเคย ความเข้าใจ ความตระหนักรู้ ชาว หรือข้อมูลเฉพาะบางเรื่อง¹

Knowledge (n.) หมายถึง

1. ฐานะ สภาพ ลักษณะ หรือข้อเท็จจริง ของความหลักแหลม เฉลียวฉลาด
2. ความคุ้นเคย ความรับรู้ได้ หรือความเข้าใจที่ได้รับจากประสบการณ์ หรือการศึกษา
3. จำนวน หรือขอบเขตของสิ่งที่ได้รู้ ได้สัมผัส ค้นพบ หรือเรียนรู้
4. การศึกษาเล่าเรียน (Erudition)
5. สารนิเทศที่เฉพาะเจาะจงบางอย่าง
6. ความรู้ในทางโลก (Carnal Knowledge)

ความแตกต่างระหว่าง ข้อมูล (Data) สารนิเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge)

ข้อมูล (Data) หมายถึง ข้อเท็จจริง หรือสิ่งที่ถือ หรือยอมรับว่าเป็นข้อเท็จจริง สำหรับใช้เป็นหลักอนุมานหาความจริงหรือการคำนวณ หรือข้อมูลอาจหมายถึงชุดของข้อเท็จจริงเชิงวัตถุที่สามารถมองเห็นได้

* หัวหน้างานบริการ สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

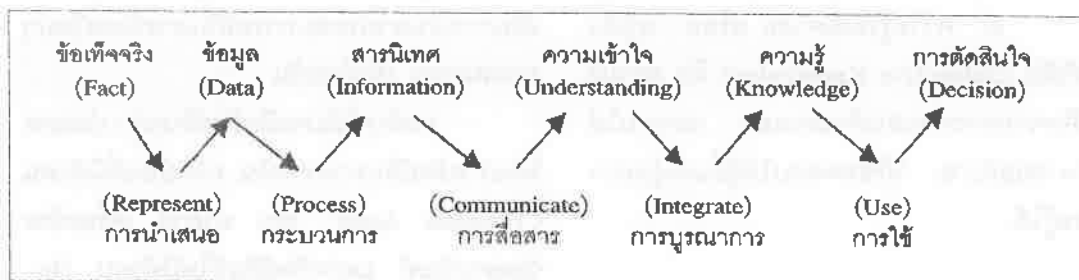
** หัวหน้างานวารสาร สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

1 <http://www.dictionary.com/cgi-bin/dict.pl>*

สารสนเทศ (Information) หมายถึง การที่แจ่มแจ้งแนะนำเกี่ยวกับข่าวสาร หรือ ข้อมูล ALA Glossary ได้ให้ความหมาย สารสนเทศ (Information) ไว้ว่า หมายถึง ความคิด ข้อเท็จจริง จินตนาการทางจิตใจที่ได้บันทึก ตีพิมพ์ เผยแพร่อย่างเป็นทางการหรือเผยแพร่อย่างไม่เป็นทางการในรูปแบบใดๆ ก็ตาม

ความรู้ (Knowledge) แตกต่างจากข้อมูล (Data) และสารสนเทศ (Information) ความรู้ใหม่อาจถูกสรรสร้างจากความรู้ที่มีอยู่โดยใช้ข้อวินิจฉัยที่มีเหตุมีผล (Logical Inference) จึงอาจจะกล่าวได้ว่า หากสารสนเทศ (Information) เป็นผลรวมของข้อมูล (Data) กับเป้าหมาย (Meaning) ความรู้ ก็คือ ผลลัพธ์ของ สารสนเทศ (Information) รวมกับกระบวนการ (Processing)

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อเท็จจริง (Fact) ข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge)



ความรู้ (Knowledge) จึงเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการคัดเลือก จัดการ และจัดเกลา ข้อเท็จจริง และความคิด เพื่อให้ได้สิ่งที่เป็นประโยชน์ที่สุดสำหรับบุคคลนั้นๆ

พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2540: 54) ได้อธิบายไว้ว่า ความรู้เป็นองค์ประกอบ 1 ใน 3 ส่วนของกระบวนการรับรู้ อันได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้รู้ (Knower) กับสิ่งที่ถูกรู้ (Known) สามารถรู้ได้ทาง ตา หู จมูก ลิ้น กาย หรือทางใจ ความรู้แบ่งออกเป็น หลายประเภท ได้แก่

1. ความรู้ก่อนประสบการณ์ (Priori Knowledge) คือ ความรู้ที่ไม่ต้องอาศัยประสบการณ์
2. ความรู้หลังประสบการณ์ (Posteriori Knowledge) คือ ความรู้ที่เกิดขึ้นหลังจากที่มีประสบการณ์แล้ว
3. ความรู้โดยประจักษ์ (Knowledge by Acquaintance) คือ ความรู้ที่เกิดจากสิ่งที่ถูกรู้ซึ่งปรากฏโดยตรงต่อผู้รู้ผ่านทางหู ตา จมูก ลิ้น หรือกาย
4. ความรู้โดยบอกเล่า (Knowledge by Description) คือ ความรู้ที่เกิดจากคำบอกเล่า

5. ความรู้เชิงประจักษ์ หรือความรู้เชิงประสบการณ์ (Empirical Knowledge) คือ ความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ หรือความรู้หลังประสบการณ์

6. ความรู้โดยตรง (Immediate Knowledge) คือ ความรู้ที่ได้รับโดยอาศัยสัมผัสทั้ง 6 คือ ได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รส ได้สัมผัส และรับรู้ทางใจ

7. ความรู้เชิงปรวิสัย หรือความรู้เชิงวัตถุวิสัย (Objective Knowledge) คือ ความรู้ที่เกิดจากเหตุผล หรือประสบการณ์ที่สามารถอธิบาย หรือทดสอบให้ผู้อื่นรับรู้ได้อย่างที่ตนรู้

8. ความรู้เชิงอัตวิสัย หรือความรู้เชิงจิตวิสัย (Subjective Knowledge) คือ ความรู้ที่เกิดจากการประสบด้วยตนเอง และตนไม่สามารถอธิบาย หรือทดสอบให้ผู้อื่นรับรู้อย่างที่ตนรู้ได้

ความรู้ในองค์กร

ความรู้เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในบุคคลและระหว่างบุคคล ซึ่งถูกส่งผ่านออกมาตามสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ เอกสาร และจากการติดต่อระหว่างบุคคลตั้งแต่การสนทนาไปจนถึงการอบรมสั่งสอน และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในทุกวงการว่า "ความรู้คือพลัง (Knowledge is Power)" เนื่องจากความรู้เป็นปัจจัยของความสำเร็จในการดำเนินงานต่างๆ โดยเฉพาะทางด้านธุรกิจ

ปัจจุบันแนวคิดเรื่องความรู้ได้กลายมาเป็นสิ่งสำคัญ หลายองค์กรเริ่มแสวงหาคำมาได้เปรียบจากการใช้ความรู้ และมองว่าความรู้จะเป็นสิ่งที่ไม่มีวันสูญหายไปจากองค์กร แม้แต่เทคโนโลยีก็ไม่สามารถเข้ามาแทนความรู้ของบุคคลได้ เทคโนโลยีจะเป็นเพียงองค์ประกอบที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความสนใจในเรื่องความรู้ และการจัดการความรู้เท่านั้น

ปีเตอร์ เซงเก้ ให้ความหมาย ความรู้ในองค์กร ว่าหมายถึง ความสามารถที่นำไปสู่การกระทำที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ ปีเตอร์ ดรักเกอร์ ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างไปสู่การปฏิบัติ หรือการทำให้คนหรือองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (อ้างถึงใน *น้ำทิพย์ ภาววิน 2543: 4*)

ความรู้ในความเห็นของโทมัส เฮสตาเวเนพอร์ท (2542: 8) หมายถึง กรอบของการประสมประสานระหว่างประสบการณ์ ค่านิยม ความรอบรู้ในบริบท และความรู้แจ้งอย่างซ้ำของเป็นการนำเอาประสบการณ์กับสารสนเทศใหม่ๆ มาผสมรวม เข้าด้วยกัน

องค์กรทั่วไปจะมีทรัพย์สินอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ ทรัพย์สินทางการเงิน ทรัพย์สินที่มีตัวตน (Tangible Asset) เช่น อาคาร เครื่องจักร วัสดุครุภัณฑ์ และทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ฐานข้อมูล และความรู้ เป็นต้น

ความรู้ถือเป็นทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตนและไม่สามารถจับต้องได้ แต่ต้องการการจัดการที่ถูกต้องเช่นเดียวกับการจัดการทรัพย์สินอื่นๆ การดึงความรู้ของบุคลากรมาเป็นความรู้ขององค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็น แต่ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรจะเป็นประโยชน์ได้ก็ต่อเมื่อบุคลากรสามารถนำความรู้เหล่านั้นมาใช้โดยสะดวก และยิ่งบุคลากรสามารถเข้าถึงความรู้ได้มากเท่าไรมูลค่าของความรู้ก็จะยิ่งสูงขึ้น

Choo (2000) ได้แบ่งความรู้ในองค์กรออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ความรู้ที่ไม่เป็นทางการ (Tacit Knowledge)

เป็นทักษะหรือความรู้เฉพาะตัวของแต่ละบุคคลที่มาจากประสบการณ์ ความเชื่อ หรือความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน เช่น

การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ผ่านการสังเกต การสนทนา การฝึกอบรม ความรู้ประเภทนี้เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้งานประสบความสำเร็จ ตัวอย่างของความรู้ชนิดนี้ เช่น เมื่อช่างเครื่องยนต์ฟังเสียงเครื่องยนต์ก็สามารถรู้อาการของเครื่องยนต์ได้ เนื่องจากความรู้ประเภทนี้เกิดจากประสบการณ์ และนำมาเล่าสู่กันฟัง จึงไม่สามารถจัดให้เข้าระบบหรือจัดหมวดหมู่ได้ และไม่สามารถเขียนเป็นกฎเกณฑ์หรือตำราได้ แต่สามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ได้โดยการสังเกตและเลียนแบบ

2. ความรู้ที่เป็นทางการ (Explicit Knowledge)

เป็นความรู้ที่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและใช้ร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ธุรกิจ เอกสารขององค์กรธุรกิจ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต ความรู้ประเภทนี้ เป็นความรู้ที่แสดงออกมาโดยใช้ระบบสัญลักษณ์ จึงสามารถสื่อสารและเผยแพร่ได้อย่างสะดวก สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

2.1 Object-based เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างขึ้นมา เช่น ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ศาสตร์ ช้อกกำหนด คู่มือ สิทธิบัตร โปรแกรมสำเร็จรูป ฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์แบบวาดทางเทคนิค เครื่องมือ ต้นแบบรูปภาพ การบันทึกเสียง และฟิล์ม เป็นต้น

2.2 Rule-based เป็นความรู้ที่ถูกนำมาประมวลเป็นกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติ หรืองานประจำ

นอกจากนี้ Explicit Knowledge ยังอยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 แบบ คือ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า เครื่องหมายทางการค้า และเซมิคอนดักเตอร์ แมสก์ (Semiconductor Mask)

Explicit Knowledge มีส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ดังนี้

- ช่วยกำหนดรหัสของการเรียนรู้ในอดีตให้เป็นของที่สร้างได้จริงหรือเป็นกฎเกณฑ์
- ช่วยให้กิจกรรมที่แตกต่างกันสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสะดวก
- การเรียนรู้ Explicit Knowledge จะทำให้เกิดความชำนาญ และมีเหตุผลอย่างเป็นขั้นตอน เป็นการสร้างภาพลักษณ์และความสามารถในการแข่งขัน ความถูกต้องชอบธรรม และความชัดเจน

3. ความรู้ที่เกิดจากวัฒนธรรม (Cultural Knowledge)

เป็นความรู้ที่เกิดจากศรัทธา หรือความเชื่อที่ทำให้กลายเป็นความจริง ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การเฝ้าสังเกต และการสะท้อนผลกลับของตัวความรู้และของสภาพแวดล้อม องค์กรที่พัฒนามาเป็นระยะเวลาที่ต่อเนื่องกันอย่างยาวนานจะพัฒนาความเชื่อร่วมกัน ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติของธุรกิจหลักขององค์กร ความสามารถหลักขององค์กรการตลาด และคู่แข่ง

การจัดการความรู้

ความรู้ นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคล หรือองค์กรประสบความสำเร็จในระยะยาว ในอนาคตความรู้จะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น แต่ละองค์กรจำเป็นต้องมีกระบวนการ เพื่อให้มีความสามารถในการเรียนรู้ได้เร็วกว่าคู่แข่ง การจัดโครงสร้างการจัดการความรู้ให้มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อที่จะได้สามารถนำความรู้ที่เหมาะสมมาใช้ในเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้ ฐานความรู้ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับขนาดขององค์กรให้เหมาะสมได้ เพราะว่าความรู้และความเชี่ยวชาญต่างๆ ที่เคยอยู่กับตัวบุคลากรนั้นจะถูกนำมาเก็บไว้ในฐานความรู้แทน

การจัดการความรู้ เป็นแนวคิดที่แพร่หลายอย่างมากในวงการธุรกิจในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1990 องค์กรธุรกิจต่างๆ ได้พยายามหาหนทางที่จะใช้ประโยชน์จากการจัดการความรู้ในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการให้บริการ แนวคิดทั่วไปของการจัดการความรู้ คือการนำผลของการศึกษาค้นคว้าบทเรียนในอดีต อันได้แก่ การผสมผสานกันระหว่าง ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร (Management Information System) การรีปรับกระบวนการธุรกิจขององค์กร (Business Process Reengineering) และการจัดการ แหล่งทรัพยากรสารสนเทศ (Information Resources Management) มาใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์แนวทางการดำเนินงานให้ดีขึ้น

แหล่งความรู้และความเชี่ยวชาญ ได้แก่

1. ฐานข้อมูล เว็บไซต์ และเอกสาร
2. ความรู้จากแหล่งทั่วโลกที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา
3. ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร
4. ความรู้ที่ใช้ร่วมกันไม่จำกัดเฉพาะในองค์กร
5. ความรู้ที่ได้จากวัฒนธรรมองค์กร
6. ความรู้ที่ไม่เป็นทางการและประสบการณ์ของบุคลากร
7. ความรู้ที่รวบรวมจากห้องสมุด ศูนย์เอกสาร ฝ่ายบริหาร และฝ่ายปฏิบัติการ

วัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้นับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนาก็ตาม การประเมินประสิทธิภาพของความรู้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องทางนามธรรม และทรัพย์สินทางปัญญา ดังนั้น การจัดการความรู้จึงมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ
3. เพื่อเป็นการปรับปรุงเทคนิค กระบวนการโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และนำความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์

ประโยชน์ของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้มีส่วนสำคัญที่ช่วยในการเพิ่มผลผลิต เพิ่มประสิทธิผล และช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ประโยชน์ที่องค์กรได้รับจากการจัดการความรู้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ เพื่อยกระดับความร่วมมือ เพื่อพัฒนาผลผลิต เพื่อส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม และเพื่อรับมือกับสารสนเทศที่ท่วมท้น การยกระดับความร่วมมือ นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานแล้ว ยังทำให้ตระหนักว่านวัตกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นผลมาจากความร่วมมือ และสารสนเทศที่ล้นไหล ปัจจัยที่เกิดขึ้นพร้อมกันนี้ เป็นตัวผลักดันให้เกิดความร่วมมือขึ้นในระดับภูมิภาคและระดับชาติ และยังทำให้ตระหนักว่ายังมีความต้องการเทคนิควิธี และเครื่องอำนวยความสะดวกในการพัฒนาความร่วมมือ

ความต้องการพัฒนาผลผลิตไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน แต่ยังทำให้เกิดผลดีในการพัฒนาการทำงานจากลักษณะการทำงานแบบเครื่องจักร เป็นการนำความรู้มาใช้ในการทำงาน การจัดการเพื่อรับมือกับสารสนเทศที่ท่วมท้นสามารถทำได้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เทคโนโลยีสารสนเทศได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการความรู้ ยังเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการทำงาน

Bacha (2000) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ไว้ดังนี้

1. ป้องกันความรู้สูญหาย การจัดการความรู้ทำให้องค์กรสามารถรักษาความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และความรู้ที่อาจสูญหายไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากร เช่น การเกษียณอายุทำงาน หรือการลาออกจากงาน เป็นต้น
2. เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ ประเภทคุณภาพและความสะดวกในการเข้าถึงความรู้ ปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ
3. ความสามารถในการปรับตัวและความยืดหยุ่น การทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีความเข้าใจในงาน และวัตถุประสงค์ของงานโดยไม่ต้องมีการควบคุม หรือมีการแทรกแซงมากนัก จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานในหน้าที่ต่างๆ และพัฒนาจิตสำนึกในการทำงาน
4. ความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการความรู้ช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจลูกค้า แนวโน้มของการตลาด และการแข่งขัน ทำให้สามารถลดช่องว่างและเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน
5. การพัฒนาทรัพยากรเป็นการพัฒนาความสามารถขององค์กรในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า เอกสิทธิ์ และลิขสิทธิ์ เป็นต้น
6. การยกระดับผลิตภัณท์ การนำการจัดการความรู้มาใช้ ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและบริการ จะเป็นการเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณท์นั้นๆ
7. การบริหารลูกค้า การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้าจะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจและเพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่องค์กร
8. การลงทุนทางทรัพยากรบุคคล การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันการเรียนรู้ร่วมกัน

การจัดการเอกสาร การจัดการกับความรู้ที่ไม่เป็นทางการเป็นการเพิ่มความสามารถให้แก่องค์กรในการจ้างและฝึกฝนบุคลากร

โครงสร้างของการจัดการความรู้ ความสามารถในการใช้ประโยชน์ (Available)

การที่จะสามารถเรียกใช้ หรือค้นหา เพื่อให้ประโยชน์จากความรู้ได้นั้น จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมของความรู้ก่อน ทั้งความรู้ที่เป็นความรู้ภายนอก (External Knowledge) และความรู้ภายใน (Internal Knowledge) แหล่งความรู้ภายนอกนั้นต้องมีการค้นหาประเมิน และรวบรวม ซึ่งวิธีที่ง่ายก็คือการใช้เครื่องมือค้นหา หรือที่เรียกกันว่าเสิร์ชเอนจิน (search engine) สำหรับฐานความรู้ภายในสำหรับองค์กรนั้น เป็นสิ่งที่ยุ่งยากเนื่องจากความรู้ไม่ได้อยู่ในรูปแบบสำเร็จที่สามารถใช้งานได้ทันที จำเป็นต้องสร้างหรือปรับเปลี่ยนเองโดยใช้เทคโนโลยีและความร่วมมือของบุคลากรในองค์กร เช่น การเพิ่มข้อมูลของแต่ละบุคคลลงในฐานความรู้ขององค์กร ในรูปแบบต่างๆ เช่น สไลด์ เอกสาร หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้รู้สึกว่าการเกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งของบุคลากรและองค์กร นอกจากนี้ องค์กรยังต้องมีเครื่องมือช่วยในการ รวบรวมและค้นหา (Integrated Knowledge Query Engine) ทั้งความรู้ภายนอกและภายในเข้าด้วยกัน เพื่อให้การเข้าถึงสะดวกมากยิ่งขึ้น

ความถูกต้องของการค้นคืน (Accurate in Retrieval)

การค้นคืนเป็นจุดที่กำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของระบบโครงสร้าง ความรู้ การค้นคืนในปัจจุบันได้มีการพัฒนาจนเกือบเรียก

ได้ว่าล้มเลิกเทคนิคการค้นคืนแบบเดิมๆ ที่ใช้คำสำคัญในการค้นหา โดยส่วนของข้อมูลทั้งเวลาที่เก็บ และค้นคืนเพื่อเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

ตัวอย่างของปัญหาการค้นคืนที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น การค้นหาข้อมูลในเว็บที่ใช้เวลานานและยังให้ผลที่ไม่เป็นที่ต้องการจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้เครื่องมือค้นหาในเว็บได้ใช้เทคนิคที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยการพยายามที่จะเข้าใจเนื้อหาของคิวรีและเอกสารการค้นหาได้มีการนำการจัดหมวดหมู่ (classification) มาใช้ร่วมกับคำสำคัญเพื่อกรองความรู้ อีกลำดับหนึ่ง

ความรู้ที่มีประสิทธิผล (Effective Knowledge)

ความรู้ในฐานะความรู้ต้องมีประสิทธิภาพ สำหรับเป็นฐานความรู้เพื่อให้มีประสิทธิผล หากคุณภาพของฐานความรู้มีประสิทธิผลด้อยลงก็จะส่งผลให้มีการใช้แหล่งความรู้ลดลง หรืออาจเลิกใช้ไปเลยก็ได้ ความมั่นใจในประสิทธิผลของความรู้ในฐานะความรู้ภายนอกนั้น ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการในการพิจารณา เช่น ชื่อการสรุปจากผู้รู้ และหลังจากเรียกดูก็มีโอกาสในการประเมินประสิทธิผลและเพิ่มข้อมูลลงไปเพื่อเป็นค่าเฉลี่ยสำหรับกรองความรู้ในการค้นคืนต่อไป

ความสามารถเข้าถึงความรู้ (Accessible Knowledge)

โครงสร้างของการจัดการความรู้นั้นต้องให้ผู้ต้องการสามารถเข้าถึงและใช้งานได้เมื่อต้องการ

ขั้นตอนการพัฒนาการจัดการความรู้ ประกอบด้วย

- ▶ การจัดหาหรือการสร้างความรู้ (Knowledge Creation/Acquisition)
- ▶ การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Organization/Storage)
- ▶ การเผยแพร่ความรู้ (Knowledge Distribution)
- ▶ การใช้โปรแกรมการจัดการความรู้ (Knowledge Application)

แนวทางการพัฒนาการจัดการความรู้

1. กำหนดให้มีหัวหน้าคณะทำงาน (Chief Knowledge Officer) หรือการสร้างทีมงานในแต่ละสาขามาร่วมกันพัฒนาระบบการทำงาน โดยผู้ทำงาน (Knowledge Worker) จะทำหน้าที่ในการประสานงานกับที่ปรึกษา และหัวหน้างานฝ่ายต่างๆ เพื่อให้เข้าใจเป้าหมายและทิศทางขององค์กรและประสานการติดต่อระหว่างผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงานกลุ่มต่างๆ รวมถึงทำการค้นหาและรวบรวมแหล่งข้อมูลที่จัดเก็บในรูปแบบต่างๆ ให้ค้นหาได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

2. ระบุข้อมูลหรือความรู้ที่ต้องการใช้เพื่อการตัดสินใจให้ชัดเจน โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจากสิ่งตีพิมพ์เพิ่มข้อมูล ฐานข้อมูลและบุคคลเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ พัฒนาฐานความรู้ เช่น ระบบผู้เชี่ยวชาญ กลยุทธ์ทางการตลาด

3. จัดทำ Workflow พัฒนาระบบการทำงาน (Process) โดยการสร้างความรู้ การรวบรวมและการจัดเก็บ เพื่อเชื่อมโยงไปยังผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการ ดังกล่าวโดยให้คนในองค์กรมีส่วนร่วมมากขึ้นในการปรับปรุง Workflow

4. การสร้างและการถ่ายทอดความรู้ของบุคคลในองค์กรจะช่วยแก้ปัญหาให้งานสำเร็จและมีประสิทธิภาพขึ้น เน้นที่การตัดสินใจตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ โดยใช้ความรู้ช่วยในการตัดสินใจ

5. พัฒนาศูนย์ข้อมูลโดยอาศัยทักษะการถ่ายทอดหรือการเคลื่อนย้ายของความรู้ มีการร่วมมือทางเทคโนโลยี เช่น การใช้ฐานข้อมูลร่วมกัน การพัฒนาอินเทอร์เน็ตและตรวจสอบแหล่งสินทรัพย์ที่ไม่สามารถนับได้ เช่น ความรู้

6. ทำระบบเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญเพื่อการประสานงานความร่วมมือ และการส่งเสริมการใช้ความรู้ร่วมกัน

กลยุทธ์ในการจัดการความรู้ในองค์กร

มีวิธีการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดวิสัยทัศน์ให้ชัดเจน

การที่จะนำการจัดการความรู้ไปใช้ปฏิบัติในองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ย่อมมีผลกระทบต่อสมาชิกทุกคนในองค์กรนั้น เปรียบได้กับการเปลี่ยนแปลงที่มีความสำคัญ ดังนั้น การเริ่มต้นอย่างเป็นทางการเป็นระบบและชัดเจน ก็คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ต่อการเป็นองค์กรที่จะมีการจัดการความรู้แล้วจึงสานวิสัยทัศน์ (Shared Vision) ให้สมาชิกทุกคนร่วมรับรู้ถึงความจำเป็นในการพัฒนาความรู้ ตลอดจนสร้างความเข้าใจในคุณประโยชน์ที่องค์กรและทุกๆ คนจะได้รับ เพื่อนำมาซึ่งความร่วมมือแรงร่วมใจกันในลำดับต่อไป

2. กำหนดกลยุทธ์ที่จะดำเนินการ

หัวใจสำคัญในความสำเร็จของการนำระบบการบริหารใหม่มาใช้ปฏิบัติการ จะอยู่ที่กลยุทธ์ในการดำเนินการ การตั้งใจมุ่งมั่นดำเนินการ ตลอดจนการสร้างบรรยากาศสนับสนุนให้สมาชิกทุกคนในองค์กรได้ร่วมมือกัน จึงควรกำหนดกลุ่มผู้ดูแลรับผิดชอบที่ชัดเจนขึ้นมาเพื่อประสานกิจกรรมทั้งหมดให้สอดคล้องกัน

ชั้นนำ โดยคณะผู้บริหารระดับสูง จะต้องให้ความสนใจ ให้การสนับสนุน และผลักดันทุกวิถีทางจะต้องมีการติดตามนำเสนอความคืบหน้ากันในที่ประชุม

ปลูกฝัง โดยฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะต้องเข้ามาดูแลรับผิดชอบในกิจกรรมสำคัญๆ ที่จะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างขององค์ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเสริมสร้างศักยภาพให้แก่ทุกๆ ทีมงาน ในอันที่จะร่วมกันบริหารความรู้

ปฏิรูป โดยมีการจัดตั้งคณะทำงานร่วมกันรับผิดชอบดำเนินการใน กิจกรรมที่ต้องมีการประสานกิจกรรมซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดกิจกรรมที่ทรงคุณค่า (Value Activities) แก่ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ปรับตัว เป็นกลยุทธ์ระดับทีมงาน ประกอบไปด้วย หัวหน้าทีม และผู้ร่วมทีม จะร่วมมือกันเรียนรู้และทำงานอย่างเป็นระบบโดยใช้ความรู้เดิม ร่วมกับการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ผสมเข้ากับระบบการปฏิบัติงาน

3. พัฒนารูปธรรมของการเรียนรู้ ประกอบด้วย

- การมีวิสัยทัศน์องค์กรที่ชัดเจน และปฏิบัติได้
- การจัดหาโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย เครื่องมือและเครื่องอุปกรณ์ รวมทั้งสถานที่ที่จะเอื้ออำนวยให้กระบวนการเรียนรู้สมาชิกทุกคนในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
- ระบบการบริหาร ระบบการทำงานที่ดี ได้มาตรฐานสากล

4. เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาตัวสมาชิกแต่ละบุคคลในองค์กรให้มีศักยภาพที่สูงขึ้นในเรื่องของ

- ทักษะคติ และค่านิยม

- ทักษะและความสามารถ
- ภูมิใจและความรู้สึกมีส่วนร่วม

5. การวัดผลการเรียนรู้

การวัดผลพัฒนาการของการเรียนรู้ แบ่งออกเป็นระดับต่างๆ ดังนี้

- เป็นรายบุคคล
- ผลตามกิจกรรม
- ผลจากตัวระบบ

การจัดการความรู้จะต้องเริ่มมาจากการมีแนวทาง และกลยุทธ์ที่ถูกต้อง โดยดำเนินไปตามขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอนและพยายามหลีกเลี่ยงอุปสรรคประการสำคัญๆ ความรู้ไม่ว่าจะเป็นของปัจเจกบุคคลหรือเป็นขององค์กรใดๆ จำเป็นต้องเริ่มต้นมาจากกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นระบบ แล้วจึงนำมาประยุกต์ใช้ให้เป็นความรู้ที่จะสรรค์สร้างความเจริญก้าวหน้าสืบไป

ห้องสมุด : แหล่งกำเนิดของการดำเนินงานการจัดการความรู้

การจัดการความรู้เป็นงานของบรรณารักษ์อ้างอิงมานานแล้ว โดยกำหนดให้ห้องสมุดเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เก็บรวบรวมความรู้ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของ Help Desk เครื่องมือในการค้นหาสารนิเทศ ได้แก่ บัตรรายการ บัตรคำถามที่ถามบ่อย เหล่านี้ล้วนเป็นฐานความรู้ทั้งสิ้น ปัจจุบันห้องสมุดได้นำระบบอัตโนมัติ และเครือข่ายเว็ลด์ไวส์เว็บมาใช้ประโยชน์ในการจัดการความรู้

บรรณารักษ์กับความรู้ประเภทต่างๆ

บรรณารักษ์ กับ Tacit Knowledge

Tacit Knowledge เป็นความรู้ ประสบการณ์ และความชำนาญที่มีอยู่ในตัวบุคลากร ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่าขององค์กร บรรณารักษ์จึงมีหน้าที่ที่จะต้องหาทางเข้าถึงแหล่งความรู้นี้ให้ได้ด้วย

วิธีการต่างๆ ดังนี้

1. เก็บข้อมูลให้เป็นระบบในรูปแบบของประวัติส่วนบุคคล ระบบออนไลน์ หรือเว็บเพจ (Web Page) ซึ่งต้องมีการปรับปรุง (Update) ข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา เพื่อให้ฝ่ายบุคคลสามารถจัดการเกี่ยวกับการฝึกอบรม การประชุม การมอบหมายงานและการริเริ่มโครงการได้โดยสะดวก

2. บันทึกข้อมูลรายชื่อของผู้เชี่ยวชาญ โดยต้องมีการปรับปรุงข้อมูลตลอดเวลา และต้องจัดการให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ในรูปของ "สมุดโทรศัพท์อิเล็กทรอนิกส์"

3. เมื่อได้ข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญที่ต้องการจากสมุดโทรศัพท์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ต้องสามารถติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญคนนั้นได้ ในรูปของไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โยมเพจ ภาพถ่าย หรือแถบวีดีทัศน์

บรรณารักษ์เองก็ถือว่าเป็น Tacit Knowledge ขององค์กรเนื่องจากเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการเลือก ค้นหาแหล่งข้อมูล ข่าวสารและยังเป็นผู้มีความสามารถในการวิเคราะห์สารนิเทศได้อย่างตรงจุด สามารถประเมินคุณภาพของสารนิเทศ วิเคราะห์และสรุปจนได้สารนิเทศที่สำคัญ เพื่อนำเสนอให้ผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ดังนั้น ในยุคโลกาภิวัตน์ บรรณารักษ์ต้องลงทุนทั้งเวลาและพลังงานในการเพิ่มความชำนาญและความรู้ สามารถติดต่อดูแลโยงโยกับผู้ชำนาญการในสาขาอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับตนเอง

บรรณารักษ์กับ Explicit Knowledge

บรรณารักษ์ มีคุณสมบัติเป็นผู้ชำนาญการในการจัดการและการเข้าถึงสารนิเทศ จึงสามารถจัดการ Explicit Knowledge ได้เป็นอย่างดี โดยมีขั้นตอนการจัดการดังต่อไปนี้

1. แยกแยะและกำหนดรหัสความรู้ในองค์กรเพื่อให้ง่ายต่อการจัดการ
2. ทำเครื่องมือค้นหาเนื้อเรื่อง (Content) และเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Context) ให้กับความรู้ที่จัดเก็บไว้
3. อำนาจความสะดวกในการใช้ข้อมูลร่วมกัน การนำข้อมูลกลับมาใช้ใหม่และการศึกษาต่อเนื่อง

บรรณารักษ์กับ Cultural Knowledge

บรรณารักษ์สามารถจัดการกับ Cultural Knowledge ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากบรรณารักษ์ส่วนใหญ่มักจะอยู่กับองค์กรมาเป็นเวลานาน ทำให้ทราบความเป็นไปขององค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถประเมิน กลั่นกรอง และแปลความหมายของสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการ เพื่อที่จะสามารถเข้าใจปัญหาและเป้าหมายซึ่งถือว่าเป็นปฏิบัติการเชิงรุกห้องสมุดหรือศูนย์สารนิเทศเป็นแหล่งรวมสารนิเทศทั้งภายนอกและภายในองค์กร ทำให้สามารถตอบคำถามของผู้ใช้ซึ่งเป็นการเชื่อมการพัฒนาภายนอกกับแนวคิดขององค์กรภายใน โดยมีการปรับสมดุลระหว่าง

1. ความต้องการที่จะลดจำนวนสารนิเทศที่ล้นเกิน โดยศึกษาลักษณะความต้องการของผู้ใช้ เพื่อกลั่นกรอง และรับเฉพาะสารนิเทศที่จำเป็น
2. ความต้องการที่จะส่งเสริมมุมมองภายนอก เพื่อให้ผู้ใช้สามารถหลีกเลี่ยงการขยายจุดบอด ซึ่งทำให้มองไม่เห็นอุปสรรค หรือโอกาสอันอาจเกิดขึ้นในการทำงานด้าน Cultural Knowledge เป็นกิจกรรมทางสังคมที่เกิดจากการพูดจา แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และทัศนคติ และเกิดเป็นการแปลความหมายหรือเกิดเป็นความเชื่อขึ้นมาซึ่งห้องสมุดจะช่วยสนับสนุนการสร้างความรู้สึกร่วมกันให้เกิดการปฏิสังสรรค์ในองค์กร

บทบาทของบรรณารักษ์ในการจัดการความรู้

บรรณารักษ์มีความเหมาะสมในการรับหน้าที่เป็นผู้จัดการความรู้ เนื่องจาก

1. ลักษณะนิสัย และบทบาทของการเป็นผู้แนะนำข่าวสารข้อมูล ต้องทำหน้าที่ติดต่อระหว่าง คนกับคน และระหว่างคนกับเอกสารตลอดเวลา
2. บรรณารักษ์ต้องให้บริการแก่บุคลากรทั้งองค์กร จึงเป็นผู้ที่มีโอกาสติดต่อกับบุคคลอื่นตลอดเวลา และจากลักษณะงานทำให้บรรณารักษ์เข้าใจเกี่ยวกับความรู้ที่เป็นที่ต้องการของบุคคลในองค์กรและรู้ว่าองค์กรมีทรัพยากรอะไรบ้าง
3. ชื่อเสียงของบรรณารักษ์จะอยู่ที่การให้บริการผู้ใช้ จึงต้องมีการพัฒนาเทคนิคเพื่อค้นหาสิ่งที่ตนเองยังไม่รู้
4. บรรณารักษ์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างตลาดความรู้ที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้ใช้ชื้อกับผู้ขายมาพบกัน
5. บรรณารักษ์เป็นผู้มีความสามารถในการจัดการทรัพยากรสารนิเทศที่มีอยู่ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทักษะของบรรณารักษ์ในการทำหน้าที่เป็นผู้จัดการความรู้

บรรณารักษ์ต้องฝึกฝนและเพิ่มเติมความรู้ความชำนาญเพื่อปรับบทบาทของตนเองให้มีความรู้ความชำนาญถึงขั้นที่มีความสามารถเป็นผู้จัดการความรู้ได้ ดังนี้

1. มีความเข้าใจในพื้นฐานและความเป็นมาของการจัดการความรู้ และเข้าใจในคุณค่าของการจัดการความรู้ ในการเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กรนั้นเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่บรรณารักษ์จะต้องเข้าใจว่าการจัดการความรู้จะเป็นการรวม

ศูนย์ของแนวคิดในเรื่องความร่วมมือกัน และการแบ่งปันข้อมูลให้แกกันและกัน

2. มีความเข้าใจในแนวโน้มของเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร และการศึกษาในอนาคต อันเนื่องมาจากผลกระทบของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งทำให้โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วบรรณารักษ์ในบทบาทของผู้จัดการความรู้จะต้องเป็นผู้ที่มีความไวต่อการรับทราบความเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะสามารถปรับตัวเองให้ทันยุคตลอดเวลา

3. มีความรู้และความเชี่ยวชาญในด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะทางด้านการสื่อสารโทรคมนาคมและเครือข่าย นอกจากนี้ ยังต้องมีความรู้ในเรื่องของโครงสร้างข้อมูล เช่น การจัดเก็บ การค้นคืน การนำเสนอสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้ตามกำหนดเวลา ความรู้ในเรื่องการออกแบบระบบ คลังข้อมูล และเหมืองข้อมูล

4. มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจหรือกิจกรรมขององค์กร อาทิ ประเภทของธุรกิจ โครงสร้างขององค์กร บุคลากร วิธีการตัดสินใจขององค์กร หน้าที่พื้นฐานของฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายบุคคล ฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน และฝ่ายบัญชี เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถสื่อสารกับผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. มีความสามารถในการหล่อหลอมรวมวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลง ต้องอาศัยความกล้าหาญและความสามารถในการโน้มน้าวให้บุคลากรขององค์กรยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งถือว่าเป็นงานที่ยากและท้าทาย

6. มีความสามารถในการสื่อความหมาย หรือติดต่อสัมพันธ์อย่างยอดเยี่ยม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในโลกธุรกิจปัจจุบัน เป็นการนำความรู้มาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่

7. มีความสามารถในการออกแบบ และมีความชำนาญในการนำขั้นตอนต่างๆ มาผสมผสานกันขององค์ประกอบต่างๆ เช่น ข้อมูลนำเข้า ผลลัพธ์ที่ได้ ตลอดจนเป้าหมาย จนสามารถรวมกันได้เป็นอย่างดี และให้มีความสามารถที่จะติดตามผลของการปฏิบัติการได้ทุกขั้นตอน

สรุป

การนำระบบจัดการความรู้มาใช้ จะต้องกำหนดนโยบายการจัดเตรียมเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องที่จะเป็นพื้นฐานในการเข้าถึงซึ่งความรู้ นั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ โดยการรวมระบบของการทำงาน และในที่สุดจะส่งผลถึงการลดค่าใช้จ่ายสำหรับองค์กร ในการฝึกหรือพัฒนาบุคลากร จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถเรียนรู้และพัฒนาการทำงานพร้อมกับการจัดเก็บความรู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพ และสามารถนำมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

การจัดการองค์ความรู้สำหรับในบางองค์กรอาจจะไม่จำเป็น แต่ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ในอนาคต ถ้าหากต้องการประสิทธิภาพสูงสุดขององค์กร ในที่สุดแล้ว คงต้องพิจารณาที่จะนำประเด็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้มาใช้ในองค์กร เพราะจะเป็นการปรับเปลี่ยนโฉมหน้าใหม่และเป็นแรงหนุนที่จะทำให้การพัฒนาธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องเสียเวลามาศึกษาและเริ่มเรียนรู้ใหม่



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กองบรรณาธิการ. "ประชุมแห่งการจัดการความรู้" **ไมโครคอมพิวเตอร์** 18, 177 (2543): 108-109.
- ดาเวนพอร์ท, โทมัส เอช และ พรูแซค, ลอเรนซ์. **การจัดการความรู้** แปลโดย นิทัศน์ วิเทศ. กรุงเทพมหานคร : เออาร์ บีซิเนส เพรส, 2542.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. **ห้องสมุดดิจิทัล**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย, 2543.
- เย็น ภูววรรณ. "การจัดการความรู้" **ไมโครคอมพิวเตอร์** 18, 177 (2000): 110-113.
- รัตนชัย ศักดิ์ชัยเจริญกุล. "การจัดการภูมิปัญญากับแนวคิดที่แตกต่างจาก SAP" **บีซิเนสคอมพิวเตอร์** 11, 131 (2543): 89-92.
- "การจัดการภูมิปัญญาไทยกับไมโครซอฟต์" **บีซิเนสคอมพิวเตอร์** 11, 130 (2543): 95-97.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมศัพท์ปรัชญาอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, 2540.
- สมชาย นำประเสริฐชัย. "5 นาทีกับการจัดการความรู้" **ไมโครคอมพิวเตอร์** 18, 177 (2543): 114-115

ภาษาอังกฤษ

- Boeri, Robert J. and Hensel, Martin. "Special Librarians" and Enterprise Knowledge Management" **Emedia Professional** 11, 4 (1998): 36-38.
- Choo, Chum Wei. "Working Knowledge : How Organizations Manage What They Know." **Stepping into the New Millennium : Challenges for libraries & Information Professionals**. Paper presented at the 11th Congress of Southeast Asian Librarians, Singapore, 26-28 April 2000.
- Bacha, Abdullah Kadir. "From Librarian to Knowledge Professionals". **Stepping into the New Millennium : Challenges for libraries & Information Professionals**. Paper presented at The 11th Congress of Southeast Asian Librarians, Singapore, 26-28 April 2000.
- Owen, John Mackenzie. "Knowledge Management and the Information Professional." **Information Services & Use** 19, 1 (1999): 7-17.
- Perez, Ernest. "Knowledge Management in the library-Not" **Database Magazine** 22, 2 (1999): 75-81.
- Schwazwalder, Robert. "Librarians as Knowledge Management Agent" **Econtent** 22, 4 (1999): 63-67.

Internet กับ..คนไทย

เฉลิมพล โสมกীর*

โลก หมุนไปเรื่อยๆ กับความเจริญทางเทคโนโลยี มาถึงวันนี้ คงได้ยินแต่คำว่า Internet และ Email กันบ้างแล้ว สิ่งเหล่านี้เข้ามามีผลกับสังคมไทย และคนไทย พอสมควรสุดแล้วแต่ว่าใครจะมีส่วนเกี่ยวข้องกันมากน้อยเพียงใด

ระบบ Internet นั้น เริ่มมาจากหน่วยงานทหารและหน่วยงานเกี่ยวกับการศึกษา...ฟังตรงนี้ก็ อาจจะดูแล้วแปลกๆ แต่ในความเป็นจริงหน่วยงานที่กล่าวมา มีพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารกันมากมายในเรื่องของข่าวสาร จึงเกิดระบบการเชื่อมต่อด้วยคอมพิวเตอร์แทนการส่งจดหมายหรือการไปพบปะกัน สำหรับหน่วยงานทางทหารนั้น จำเป็นจะต้องมีระบบการสื่อสารให้มากทางที่สุด ในขั้นแรกอาจจะแค่เชื่อมต่อกันในหน่วยงานเล็กๆ จนขยายออกมาเป็นการเชื่อมต่อระหว่างกรมกองไปจนทั่วประเทศ แต่ปัญหาคือ เมื่อคิดถึงการโดนโจมตีของข้าศึกในจุดใดจุดหนึ่ง จะทำให้การเชื่อมต่อนั้นขาดตอน ส่งผลให้ทั้งระบบที่โยงกันแบบลูกโซ่ขาดตอนไป ดังนั้น ถ้าเปลี่ยนมาเป็นการโยงเครือข่ายแบบใยแมงมุม (web) ก็จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวไปได้ แม้ว่าเครือข่ายบางส่วนจะถูกทำลายก็ยังคงใช้งานผ่านเครือข่ายอื่นได้

จากนั้นเป็นต้นมา การสื่อสารผ่านสายโทรศัพท์ก็เริ่มแพร่หลายขึ้น ในวงการศึกษาก็ได้ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายเช่นนี้ ในเรื่องของการส่งข้อมูลระหว่างหน่วยงานจนมาถึงการส่งข้ามมลรัฐ หรือในที่สุดก็ข้ามประเทศจนมาถึงทุกวันนี้ คือ เครือข่ายทั่วโลก ในเมืองไทยนั้น

คงเริ่มสัมผัสกับ Internet จากหน่วยงานการศึกษาในตัวเอง มหาวิทยาลัยต่างๆ ในเมืองไทยมีการเชื่อมต่อระบบ Internet มาหลายปีแล้ว แม้ว่าจะใช้กันในในกลุ่มน้อย เช่น อาจารย์ หรือนักศึกษา รูปแบบในการแสดงผลก็ยังคงเป็น text mode คือมีแต่ตัวหนังสือไม่มีภาพ แต่ในเวลาไม่กี่ปีได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นระบบที่มีคุณภาพมากขึ้น คนที่ใช้งานก็ไม่ใช่กลุ่มเล็กๆ อีกแล้ว มีการจัดตั้งศูนย์ให้บริการขึ้นมากมาย ที่เรียกว่า ISP (Internet Service Provider) ทำการให้บริการแก่ผู้ที่สนใจถึง 17 บริษัททีเดียวโดยเชื่อมต่อไปยังการสื่อสารแห่งประเทศไทย ดังนั้น ในระยะสองปีที่ผ่านมา จำนวนผู้เล่น Internet ในประเทศไทยจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แล้ว Internet จะมีผลกับคนไทยบ้างไหม?

จากการที่ได้มีส่วนในวงการ Internet ผลที่คนไทยได้รับจากการใช้ Internet พอจะแยกได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ ในโลกของ Internet นั้น เป็นเครือข่ายที่ไร้พรมแดนจริงๆ เราสามารถไปได้ทุกที่ที่อยากไป ดังนั้น การค้นหาความรู้จากเว็บไซต์ จึงทำได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงเรื่องราวนั้นหลากหลายที่จะค้นหา และได้ถูกแบ่งหมวดหมู่ไว้อย่างชัดเจน ตามเว็บไซต์สำหรับค้นหาต่างๆ (Search Engine) ข้อดีคือ สามารถค้นหาข้อมูลได้หลากหลาย และตรงความต้องการ ส่วนข้อเสียก็มีเหมือนกัน คือข้อมูลที่ค้นหาบางที่มากมายจนเลือกกันไม่ไหว อันนี้คงต้องอยู่กับเทคนิคในการค้นหาเรื่องราวที่เราต้องการนั่นเอง ถ้าเลือกการค้นหาที่ถูกต้องและชัดเจน ก็จะได้ข้อมูลตรงตามที่เราต้องการได้เร็ว

* Web Developer บริษัท Far East Internet Co., Ltd.

2. ด้านบันเทิง สำหรับกลุ่มคนที่ต้องการเข้าไปหาความบันเทิงใน Internet ก็มีความบันเทิงต่างๆ ให้เลือกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดนตรี, ศิลปะ, เรื่องขำขัน

3. ด้านข่าวสาร ใน Internet นั้น จัดว่าเป็นแหล่งใหญ่ในการรับรู้ข่าวสารเลยทีเดียว เนื่องจากมีความไวในการส่งและรับข่าวนั่นเองจะเรียกได้ว่า เร็วที่สุดกว่าสื่อชนิดใดในโลกก็ว่าได้ คงเป็นผลมาจากว่า การ update ของระบบ Internet นั้น มีความเร็วสูง ไม่มีความยุ่งยากในการส่งข่าว ไม่เหมือนกับสื่ออื่นๆ เช่น สิ่งพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ ซึ่งกว่าจะเตรียมการส่งข่าวได้ก็ใช้เวลานานพอสมควร เว็บไซต์ข่าวต่างๆ นั้น มีให้เลือกทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งข่าวในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังแยกเป็นหมวดหมู่อีกด้วยสำหรับคนที่สนใจข่าวเฉพาะด้าน

4. ด้านการศึกษา สิ่งที่ทำให้ระบบอินเทอร์เน็ต สามารถสนับสนุนเรื่องการศึกษาได้คือ การทำงานแบบครบวงจรของระบบ คือ มีความสะดวกในการหาข้อมูล, การกระจายของข้อมูล และการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นว่า แค่ในกลุ่มเว็บไซต์ในไทย เราสามารถมุ่งเข้าหาแหล่งการศึกษาต่างๆ ได้ง่ายกว่าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นส่วนราชการ หรือของเอกชน หรือ

แม้แต่การศึกษาทางไกล ผลที่ได้คือ ระบบการศึกษาของไทยสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้หาความรู้ได้ง่าย และเร็วกว่าในอดีต ในปัจจุบัน คนไทยมีโอกาสสัมผัสกับเว็บไซต์ในเมืองไทย ในเนื้อหาที่เกือบจะเท่าเทียมกับของเมืองนอก ไม่ว่าจะเป็นด้านข่าว, บันเทิง, การศึกษา

แม้ในยุคแรกๆ จะมีแค่เพียงเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ การจัดหน้า html ยังเป็นแบบธรรมดา แต่ในระยะหลัง ด้านเอกชนก็ได้สนใจในการทำเว็บไซต์ขึ้นมาอีกมากมายรวมไปถึงบุคคลธรรมดาและเยาวชน ซึ่งเว็บไซต์ในปัจจุบันนั้น มีความสวยงามและมีความน่าสนใจ มีระบบตอบโต้กับผู้ใช้ หรือมีระบบ CGI* ที่สามารถผันแปรตัวเองในด้านข้อมูลได้ รวมไปถึงมีภาพเคลื่อนไหวและเสียงด้วย จนกล่าวได้ว่า ในเวลานี้ระบบการทำโฮมเพจในเมืองไทยได้รับการพัฒนาจะถึงขั้นสูงสุดในจุดหนึ่งก็ว่าได้ สุดท้ายนี้...ถ้าเรามองข้ามไปถึงปีหน้าและปีต่อๆ ระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย คงมีความทันสมัยมากกว่านี้อีกหลายเท่า อันจะส่งผลให้การดำเนินชีวิตของผู้คนในประเทศมีความฉลาดและเป็นคนที่ทันสมัยมากขึ้นกว่าเดิม และยังทำให้โลกใบใหญ่ของเราแคบลงได้ ดังที่มีคนกล่าวไว้ว่า "อินเทอร์เน็ต คือดินแดนที่ไร้พรมแดนของมนุษย์"



เอกสารอ้างอิง

ทรงเกียรติ ภาวดี "พื้นฐาน CGI ฝึกกำลัง SSI เพื่อการประยุกต์ใช้"

E-commerce กับเศรษฐกิจไทย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)*

ในยุคที่โลกกำลังก้าวสู่คริสต์ศตวรรษใหม่ ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว จนกล่าวได้ว่า หากผู้ใดหรือประเทศใดไม่อาจติดตามกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงนี้ได้ อย่างทันท่วงที ย่อมตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบและพ่ายแพ้บนเวทีการแข่งขันอันเข้มข้นที่สุดในที่สุด

คาดกันว่า ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 การค้าขายนานาชาติจะเกิดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้ E-Commerce หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นแนวโน้มใหม่ที่คนไทยจำต้องรู้เท่าทันเพื่อให้สามารถรับมือกับเทคโนโลยีชนิดใหม่นี้ได้อย่างทันท่วงที

ผลกระทบทางเศรษฐกิจส่วนรวมของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อประเทศไทยซึ่งสนับสนุนโดยสกว. ได้นิยาม E-Commerce ว่าหมายถึง “การดำเนินการทางเศรษฐกิจใดๆ ที่กระทำบนเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวอาจรวมถึงการออกแบบ การผลิต การโฆษณาสินค้า การค้าทั้งปลีกและส่ง และการทำธุรกรรม ตลอดจนการชำระเงิน ส่วนเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาจรวมถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทั้งเครือข่ายภายในองค์กร (Internal network) เครือข่ายเอกชน (Private network) ระหว่างองค์กรหรือเครือข่ายสาธารณะ (Public network) เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ เช่น เครือข่ายโทรทัศน์ และเครือข่ายโทรศัพท์ เป็นต้น”

E-Commerce โดยเฉพาะที่ค้าขายกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นนวัตกรรมทาง

เทคโนโลยี และทางเศรษฐกิจที่สำคัญ และจะส่งผลกระทบต่อการค้าเน้นชีวิตของประชาชน การประกอบธุรกิจของภาคเอกชน และการกำหนดนโยบายของรัฐบาลประเทศต่างๆ รวมทั้งส่งผลกระทบต่อกฎหมาย การเมือง สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนมโนทัศน์ของประชาชนต่อสิ่งต่างๆ เช่น สินค้า เงินตรา และการพาณิชย์ เป็นต้น

ในด้านเศรษฐกิจส่วนรวม E-Commerce จะส่งผลกระทบต่อระบบภาษีอากรของประเทศไทย มีผลต่อการเปิดเสรีการค้าและบริการต่อนโยบายการเงิน การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางสารสนเทศ (Information infrastructure) นอกจากนี้ E-Commerce ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจรายสาขา (Sectoral economy) หลายสาขา โดยเฉพาะในสาขาบริการ เช่น ธนาคาร การค้าหลักทรัพย์ การประกันภัย การค้าปลีก และการท่องเที่ยว

ในด้านสังคม E-Commerce จะส่งผลกระทบต่อการค้าคุ้มครองผู้บริโภค อาจส่งเสริมให้เกิดสารสนเทศที่ก่อปัญหา (Harmful content) และปัญหาอาชญากรรมคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ ในด้านการเมือง E-Commerce ยังจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเมือง และการทหารจากปัญหาความปลอดภัยของข้อมูล

เมื่อ E-Commerce เชื่อมโยงกับกิจกรรมด้านต่างๆ อย่างหลากหลาย ทำให้หน่วยราชการไทยหลายแห่ง ต้องเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับอย่างไรก็ตามด้วยเหตุที่ E-Commerce ยังเป็นเรื่องใหม่มากสำหรับสังคมไทยทำให้แนวนโยบาย

เรื่องนี้ยังคงไม่ชัดเจน และอยู่ในสภาพของการ ลอกลงผิดลงถูก คณะวิจัยพบว่าปัญหา E-Commerce เป็นเรื่องที่มีความเร่งด่วนสูง แต่ยังไม่มีความชัดเจน โดยเฉพาะในประเด็นต่างๆ เหล่านี้

ตัวอย่างการดำเนินงานในด้าน E-Commerce ของหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ในปัจจุบัน อาทิ

1. กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ได้ทำกิจกรรมโดยใช้ Electronic Data Interchange (EDI) ในการออกสินค้าขาออกที่ท่าอากาศยานในช่วงแรก และจะขยายในส่วนที่การทำเรือต่อไป
2. กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ ได้ทำกิจกรรมโดยใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อส่งออกไปผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และเสนอแนวความคิดในการเป็นแกนกลางจัดตั้งองค์กรรับรองความถูกต้อง
3. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ทำกิจกรรมโดยให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในการใช้ประโยชน์จากการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ได้ทำกิจกรรมโดยจัดทำโครงการพัฒนากฎหมายเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการรองรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 6 ฉบับ เช่น กฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
5. คณะอนุกรรมการเพื่อศึกษาและพิจารณาปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศของไทย ในเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงยุติธรรม ได้ทำกิจกรรมโดยยกร่างกฎหมายหลักด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะกฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ทรอนิกส์

6. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ทำกิจกรรมโดยจัดทำข้อมูลการลงทุนอุตสาหกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม
7. ธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกับ บริษัท เทตสยาม จำกัด ได้ทำกิจกรรมโดยจัดทำโครงการร่วมมือเพื่อพัฒนาการใช้ EDI ด้านการเงิน
8. บริษัท การบินไทย จำกัด ร่วมกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ทำกิจกรรมโดยทดลองโครงการจองบัตรโดยสารเครื่องบินผ่านทางอินเทอร์เน็ต
9. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้ทำกิจกรรมโดยทดลองเปิดเว็บไซต์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อรวบรวมคำร้องเรียนเรื่องอาชญากรรมที่เกิดจากการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์
10. ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกับหน่วยงานเอกชน ได้ทำกิจกรรมโดยจัดทำโครงการพัฒนามาตรฐานสมาร์ตการ์ดสำหรับประเทศไทย

หลังจากที่สหรัฐอเมริกาเสนอให้อินเทอร์เน็ตเป็น "เขตปลอดภาษีศุลกากร" ในการประชุมองค์การการค้าโลก เมื่อปี 2541 แต่ประเทศไทยยังไม่มีการที่ชัดเจนต่อประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากเรายังไม่ทราบถึงผลกระทบของการประกาศให้ E-Commerce เป็นเขตปลอดภาษีอากรอย่างแน่ชัด และในอนาคตประเด็นนี้ จะยิ่งทวีความซับซ้อนยิ่งขึ้นเมื่อสหรัฐและประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ กำลังเตรียมเสนอให้ E-Commerce เป็นเขตปลอดภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือภาษีการค้า ภาษีนิติบุคคล และภาษีอื่นๆ ด้วย

งานวิจัยในอดีตบางชิ้นชี้ว่าการประกาศให้อินเทอร์เน็ตเป็นเขตปลอดภาษีศุลกากรในการค้าสินค้า จะมีผลทำให้สินค้าสารสนเทศ (In-

formation goods) ซึ่งหมายถึง สินค้าที่สามารถจัดเก็บและนำเสนอในรูปแบบข้อมูลดิจิทัลได้ เช่น เพลง ภาพยนตร์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เกิดการ “เบี่ยงเบนช่องทางการค้า” จากการค้าตามเส้นทางปกติมาสู่การค้าผ่านอินเทอร์เน็ต สินค้าที่อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้ได้ง่ายก็คือสินค้าที่ถูกเก็บภาษีศุลกากรในอัตราสูง เช่น เทป ภาพยนตร์ และซีดี เป็นต้น

นอกจากนี้ E-Commerce ผ่านอินเทอร์เน็ต ยังจะมีผลต่อการเปิดเสรีในการค้าบริการบางส่วนโดยอัตโนมัติ โดยเฉพาะบริการโทรคมนาคม การเงิน ประกันภัย และบริการวิชาชีพ (Professional service) ที่สามารถทำได้โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดย E-commerce จะส่งผลกระทบต่อช่องทางให้บริการทำให้เกิดการให้บริการแบบข้ามพรมแดนมากขึ้น แต่กลับลดความจำเป็นในการตั้งสำนักงานสาขาในต่างประเทศลง

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาใช้วิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยไม่ได้วิเคราะห์ในเชิงปริมาณ ทำให้เราไม่ทราบระดับความรุนแรงของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้อย่างแน่ชัด นอกจากนี้ ยังไม่มีการวิเคราะห์ว่า การค้าสินค้าสารสนเทศผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ควรได้รับการตีความให้เป็นการค้าขายสินค้าหรือบริการ ทั้งที่การตีความทั้งสองแบบจะมีผลแตกต่างกันอย่างมาก กล่าวคือ หากตีความว่า การค้าดังกล่าวเป็นการค้าสินค้าแล้ว เราจะต้องให้ความสนใจในการใช้กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of origin) การประเมินราคาทางศุลกากร และกฎเกณฑ์อื่นๆ ในการค้าสินค้า ในขณะที่หากตีความการค้าดังกล่าว เป็นการค้าบริการแล้ว เราจะต้องให้ความสนใจกับช่องทางในการให้บริการต่างๆ และกฎเกณฑ์ในการลงทุนแทนองค์การรับรองความถูกต้อง

โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งของ E-Commerce คือ องค์การรับรองความถูกต้อง (Certification Authority หรือ CA) ซึ่งหมายถึงบุคคลที่สามที่ได้รับความเชื่อถือในการทำหน้าที่รับรองว่า คู่สัญญาในกระบวนการ E-Commerce นั้น เป็นบุคคลหรือองค์การตามที่กล่าวอ้างจริง โดยทั่วไปองค์การรับรองจะมีบทบาทในการให้บริการใน 3 ด้านใหญ่ๆ คือ บริการในการเข้ารหัสและถอดรหัส (cryptographic service) บริการด้านบริหารการรับรอง (certification management service) และบริการเสริมต่างๆ

เนื่องจากการรับรองความถูกต้องดังกล่าวเกี่ยวข้องกับข้อมูลทางธุรกิจ หรือข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคที่ต้องเก็บรักษาเป็นความลับ รัฐจึงมีความจำเป็นต้องกำหนดคุณสมบัติ และแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงานที่ต้องประกอบธุรกิจนี้อย่างเข้มงวดไม่ว่าในด้านขีดความสามารถทางเทคโนโลยี และความรับผิดชอบทางกฎหมายต่างๆ และส่งเสริมให้มีการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการหลายราย เพื่อให้ E-Commerce ของไทยโดยรวมมีความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศได้ผลกระทบต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ และระบบชำระเงินตอนนโยบายสถาบันการเงิน

แม้ว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic money) รูปแบบต่างๆ จะยังไม่แพร่หลายในประเทศไทยมากนัก แต่ในอนาคต เมื่อเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic payment system) แพร่หลายมากขึ้น นวัตกรรมเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่ออุปทานของเงินในประเทศให้เพิ่มขึ้นทั้งฐานเงิน และความเร็วของเงิน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อดำเนินนโยบายทางการเงินทางใดทางหนึ่งอย่างแน่นอน

นอกจากนี้ เงินอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ อาจส่งผลด้าน

อื่นๆ ต่อระบบเศรษฐกิจส่วนรวม เช่น เกิดความปั่นป่วนของระบบการเงิน หากเอกชนที่ออกเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความมั่นคงเพียงพอ การสูญเสียประโยชน์ของรัฐ ตลอดจนการฟอกเงิน หรืออาชญากรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้ทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้ และเตรียมมาตรการรองรับไว้ในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ประเด็นทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce มีอยู่หลากหลาย เช่น การที่ประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มจะเรียกร้องให้ประเทศไทยปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์เพื่อให้การคุ้มครองโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสารสนเทศต่างๆ ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัญหาข้อพิพาทเกี่ยวกับ domain name และการคุ้มครองข้อมูลในฐานข้อมูล นอกจากนี้ ในอนาคตยังมีความเป็นไปได้ที่ประเทศพัฒนาแล้วจะเรียกร้องให้ประเทศไทยขยายขอบเขตสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถจดทะเบียนสิทธิบัตรได้ ให้ครอบคลุมสิ่งประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce เช่น ระบบการชำระเงินทางเครือข่าย หรือเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคณะผู้วิจัยเชื่อว่า ยังไม่อยู่ในความคุ้มครองของกฎหมายสิทธิบัตรไทยในปัจจุบัน แต่ได้รับการคุ้มครองในประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ

งานวิจัยที่ผ่านมาบางชิ้นช่วยให้เราเข้าใจปัญหาในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce ได้บางส่วน อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของ E-Commerce ทำให้งานเหล่านั้น ไม่อาจตอบคำถามบางประการที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ เช่น ผลกระทบของอนุสัญญาว่าด้วย ลิขสิทธิ์ฉบับใหม่ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลกต่อประเทศไทย ซึ่งประเด็นทั้งหมดนี้รัฐบาลไทยจำเป็นต้องกำหนดทำที่ที่ชัดเจนโดยเร็วการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ E-Commerce

กล่าวได้ว่า ที่ผ่านมา E-Commerce ของไทยพัฒนาไปอย่างเชื่องช้า เนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งแนวนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างขีดความสามารถของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ E-Commerce ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ เรายังไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าในประเทศ และชำระเงินโดยบัตรเครดิตทางอินเทอร์เน็ตได้ และเอกชนไม่สามารถให้บริการอินเทอร์เน็ตโฟน รวมทั้งบริการขนส่งพัสดุได้ เนื่องจากถูกผูกขาดโดยรัฐ เป็นต้น

ความคาดหวังเมื่อโครงการนี้ดำเนินการจนสำเร็จ รายงานที่ได้จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพัฒนาการ สถานภาพ สภาพปัญหา และแนวโน้มของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย และต่างประเทศ ในหัวข้อดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทางนโยบายและกลยุทธในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศของคณะอนุกรรมการด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจแห่งชาติ (กนศ.) ในการเจรจาในองค์การการค้าโลก และเวทีเจรจาอื่นๆ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ข้อเสนอแนะต่อการยกร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะกฎหมายลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และกฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ของคณะอนุกรรมการเพื่อศึกษาและพิจารณาปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศของไทย ในเรื่องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระทบวงยุติธรรม
3. บทวิเคราะห์ผลกระทบของเงินอิเล็กทรอนิกส์ และระบบการชำระเงินต่อนโยบายการเงินของประเทศ และข้อเสนอแนะต่อการกำหนดนโยบายการกำกับดูแลการออกเงินอิเล็กทรอนิกส์ และระบบการชำระเงินของธนาคาร

แห่งประเทศไทย

4. ข้อมูลพื้นฐาน สถิติ บทวิเคราะห์ กลยุทธ์ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการจัดทำแผนแม่บทการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของสำนักคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ และการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ของสภาพัฒน์ฯ

5. ฐานข้อมูลในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะสะดวกต่อการใช้ประโยชน์ และขยายผลต่อไป นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังมีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านนโยบาย หรือการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเผยแพร่ผลการวิจัยผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในรูปแบบเอกสาร และผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้อง เช่น ชมรมผู้สื่อข่าวเทคโนโลยีสารสนเทศ กับการเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านสื่อมวลชน

ความเข้าใจต่อปัญหาและแนวทางในการส่งเสริม E-Commerce ดังกล่าว เป็นสิ่งจำเป็นและเร่งด่วนอย่างยิ่ง เพื่อช่วยให้การวางแผนงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น แผนแม่บทการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วได้อย่างทันทั่วถึง

E-Commerce ควรจะมีแนวทางเป็นอย่างไร เพื่อผลประโยชน์ของไทย จะช่วยสร้างความรู้ที่จะสามารถช่วยในการกำหนดนโยบาย การจัดทำแผน และการออกกฎหมายของไทย

