



การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
KNOWLEDGE SHARING IN THAI BORDER TRADE OF THE PROVINCIAL
CHAMBERS OF COMMERCE IN THE UPPER NORTHERN PROVINCES

ทรงสรรค์ อุดมศิลป์

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศาสตร์

สำนักวิชาศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2554

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
KNOWLEDGE SHARING IN THAI BORDER TRADE OF THE PROVINCIAL
CHAMBERS OF COMMERCE IN THE UPPER NORTHERN PROVINCES

ทรงสรรค์ อุดมศิลป์

ดุขฉินพณธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึษา
ตามหลักสูตรปรัชาดุขฉินบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศาสตร์

สำนักวิชาศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

2554

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
KNOWLEDGE SHARING IN THAI BORDER TRADE OF THE PROVINCIAL
CHAMBERS OF COMMERCE IN THE UPPER NORTHERN PROVINCES

ทรงสรรค์ อุดมศิลป์

คุษฎีนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศาสตร์
2554

คณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ปรีชา อุปโยคิน)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. จักรพันธ์ วงษ์บูรณาวาทย์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาวาอากาศเอก ดร. ชงชัย อยู่ญาติวงศ์)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มงคลชัย วิริยะพินิจ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. ถิ่นทม จอนจบทรง)

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

กิตติกรรมประกาศ

คุณฉันทิพนธ์เรื่อง การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน สำเร็จได้ ต้องขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วันชัย ศิริชนะ ที่ได้ให้โอกาสในการเข้าศึกษา ระดับปริญญาเอกสาขาสังคมศาสตร์ โดยให้การสนับสนุนทุนสำหรับการศึกษา และงบประมาณในการคุณฉันทิพนธ์ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จักรพันธุ์ วงษ์บุรณาวาทย์ ในฐานะประธานหลักสูตรสังคมศาสตร์ และประธานกรรมการที่ปรึกษา

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มงคลชัย วิริยะพนิจ ในฐานะกรรมการที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะ ในด้านวิทยาการเกี่ยวกับการจัดการความรู้ และการแบ่งปันความรู้ ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น.อ. ดร. ชงชัย อยู่ญาดิวส์ ซึ่งเป็นกรรมการที่ปรึกษา และเป็นผู้บังคับบัญชา ซึ่งให้คำแนะนำ และสนับสนุนผู้เขียน ในระหว่างที่ศึกษาจนสำเร็จการศึกษา ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ปรีชา อุปโยคิน ในฐานะประธานกรรมการสอบคุณฉันทิพนธ์ และกรุณาชี้แนะ ตลอดจนเสียสละเวลา เพื่อช่วยให้งานชิ้นนี้ มีความสมบูรณ์ในทางวิชาการ และขอขอบพระคุณ ดร. ถิ่นทม จอนจวบทรง ในฐานะกรรมการสอบผู้ทรงวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำทางวิชาการด้านแนวคิดการจัดการความรู้

ความสำเร็จของงานชิ้นนี้ มาจากการช่วยเหลือจากหลายฝ่าย ซึ่งผู้เขียนขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ศูนย์บรรณสาร และสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ขอขอบพระคุณทีมผู้ช่วยวิจัย ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยผู้เขียน ในระหว่างเก็บข้อมูลในสนาม ขอขอบพระคุณ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ความสำเร็จในการทำงานชิ้นนี้ ด้วยกำลังใจสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน และ ดร. พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง ตลอดจนกำลังใจจากครอบครัวของผู้เขียน

คุณค่าของงานคุณฉันทิพนธ์นี้ ขอมอบให้กับทุกท่านที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ไว้ ณ โอกาสนี้

ทรงสรรค์ อุดมศิลป์

ชื่อเรื่องคุณิพนธ์	การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
ชื่อผู้เขียน	ทรงสรรค์ อุดมศิลป์
หลักสูตร	ปรัชญาคุษุภัณทัต (สังคมศาสตรั)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. จักรพันธุ์ วงษ์บูรณาวาทยั
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ น.อ. ดร. ธงชัย อยู่ญาคิวังศั ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มงคลชัย วิริยะพนิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ (1) ศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน และ(3) เสนอแบบจำลองของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

การดำเนินการวิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการวิจัยเอกสาร หน่วยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ในลักษณะการวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาหน่วยของการวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย กรรมการหอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของทั้ง 3 จังหวัดดังกล่าว รวมการสัมภาษณ์กรรมการและผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย

ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่เป็นลักษณะการแบ่งปันความรู้ของจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีลักษณะกิจกรรมอยู่สามกิจกรรม คือ (1) กิจกรรมการประชุมที่เป็นทางการประจำเดือน (2) การอบรมสัมมนาฝึกปฏิบัติที่มีลักษณะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และ (3) การประชุมที่ไม่เป็น

ทางการของผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน ส่วนปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าทั้งสามจังหวัดมี 8 ปัจจัย คือ (1) โครงสร้างของกรรมการหอการค้าจังหวัด (2) การทำงานร่วมกับภาครัฐ (3) การทำงานเป็นเครือข่ายกับหน่วยงาน (4) ความไว้วางใจกัน (5) ความสัมพันธ์ส่วนตัว (6) มีปัญหาอุปสรรคการค้าชายแดน (7) การเป็นสมาชิกชมรมต่าง ๆ ในพื้นที่ และ (8) สภาพสังคมวัฒนธรรมร่วมกัน จากปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ที่ค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพื่อนำเสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้สองแบบจำลอง แบบจำลองที่หนึ่ง ประกอบด้วยปัจจัยเสริมการแบ่งปันความรู้ เจ็ดปัจจัยเสริม แบบจำลองนี้สามารถประยุกต์ใช้กับหอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน ส่วนแบบจำลองที่สอง มีปัจจัยเสริมการแบ่งปันความรู้ สามปัจจัย แบบจำลองนี้สามารถประยุกต์ใช้กับหอการค้าจังหวัดเชียงราย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยมีสามประการ ประการแรก เพื่อความเข้าใจที่ลึกซึ้งถึงการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของพื้นที่ที่เป็นหน่วยในการศึกษานี้ ควรต้องมีการศึกษาประเด็นเครือข่ายทางสังคมของกลุ่มกรรมการหอการค้าและผู้ประกอบการ ประการที่สอง เพื่อความเข้าใจลักษณะการแบ่งปันความรู้ในแต่ละพื้นที่นั้น ควรต้องศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ และประการที่สาม เนื่องด้วยแบบจำลองที่ผู้วิจัยนำเสนอ ยังไม่ได้มีการประยุกต์ใช้จริง ดังนั้นจึงยังไม่มีผลสะท้อนกลับของการทำงานจริงตามแบบจำลองดังกล่าว ซึ่งควรจะได้มีการศึกษาผลการทำงานตามแบบจำลองในโอกาสต่อไป

คำสำคัญ: การแบ่งปันความรู้/การค้าชายแดน/หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

Dissertation Title	Knowledge Sharing in Thai Border Trade of the Provincial Chambers of Commerce in the Upper Northern Provinces
Author	Songsan Udomsilp
Degree	Doctor of Philosophy (Social Sciences)
Advisor	Assoc. Prof. Dr. Chakrapand Wongburanavart
Co-Advisor	Asst. Prof. Gp. Capt. Dr. Thongchai Yooyativong Asst. Prof. Dr. Mongkolchai Wiriyaipinit

ABSTRACT

The purpose of this research has three objectives (1) to study the current knowledge sharing activity characteristics related to Thai border trade of the Provincial Chambers of Commerce (PCC) in the upper Northern provinces (2) to investigate the factors supporting knowledge sharing in Thai border (3) to propose the knowledge sharing model in Thai border trade.

This research utilized a qualitative method. Data were collected through means of interviewing, observation, and document analyzing. The data were analyzed by applying content analysis. The unit of the study of this research comprised of the three Provincial Chambers of Commerce groups of Chaing Rai, Payao, and Nan provinces. The samples of the study were divided into two groups; the PCC committees and the Thai-Laos PDL traders of those mentioned provincial chambers of commerce. In doing qualitative methods, 32 respondents in the research sites were interviewed.

The finding of this research revealed that knowledge sharing in Thai border trade in the upper Northern provincial chambers of commerce were performed and categorized into 3 activities: (1) formal monthly meeting (2) formal seminar or training with group discussion activity and (3) informal meeting among traders. The research further found that there were nine factors supporting knowledge sharing in Thai border trade namely; (1) the structure of the committee members of provincial chambers of commerce, (2) collaborative working with governmental offices related to border trade affairs, (3) collaborative working with other external organizations, (4) trust among traders, (5) trader personal relationship, (6) problem or obstacle related to border trade, (7) joining the local activities, (8) mutual society and culture and (9) physical and geographical location. There were two models of knowledge sharing in Thai border trade of the PCC in order to strengthen the organizations and to develop the Thai border trade finally. Model one is a knowledge sharing model which can be applied to Payao and Nan chambers of commerce and to the PCC in general. It was comprised of seven knowledge sharing supporting factors which derived from the study Model two is suitable for Chiang Rai chamber of commerce which was comprised of the three supporting factors.

This research suggested that three issues needed to be further studied in order to understand knowledge sharing characteristics of the specific site of the study; the first is the issue of social network of the members of the PCC; the second is the study of the social and cultural context and the last is the follow up study of the implementation of those suggested models.

Keywords: Knowledge sharing/Border trade/Upper northern provincial chamber of commerce

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(3)
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(6)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	7
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	9
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	10
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 แนวคิดด้านข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) และภูมิปัญญา (Wisdom)	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)	21
2.3 แบบจำลองการจัดการความรู้	42
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)	49
2.5 ชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP)	54
2.6 วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)	61
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย	78
3 ระเบียบวิธีวิจัย	79
3.1 พื้นที่ในการศึกษาประชากรและตัวอย่างการวิจัย	80
3.2 หลักเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างการวิจัย	83
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	85
3.4 หลักเกณฑ์และคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์	87
3.5 ระยะเวลาในการวิจัย และวิธีการดำเนินงานในการเก็บข้อมูลภาคสนาม	89
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	91
3.7 ความเชื่อถือได้ของข้อมูล	93
4 ผลการศึกษา	94
4.1 สภาพทั่วไปของพื้นที่การศึกษา	96
4.2 ลักษณะการแบ่งปันความรู้ การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัด	110
4.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน	134
4.4 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน	144
5 สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	156
5.1 ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทย	157
5.2 ผลการศึกษาปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปันความรู้	162
5.3 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน	163

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่	
5.4 การอภิปรายผลการศึกษา	169
5.5 ข้อค้นพบในงานวิจัย	179
5.6 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอเพื่อการวิจัย	181
รายการอ้างอิง	182
ประวัติผู้เขียน	190



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้แบบสองแนวทาง	27
2.2 ตัวอย่างการจัดการความรู้ในองค์กรต่าง ๆ	28
2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ทักษะ ทักษะ และแรงจูงใจ ต่อการแบ่งปันความรู้ขององค์กร	76
2.4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย โครงสร้างทางสังคมขององค์กรกับการแบ่งปันความรู้	77
2.5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ปัญหา อุปสรรคต่อการแบ่งปันความรู้	77
2.6 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ชุมชนแนวปฏิบัติกับการแบ่งปันความรู้	78
4.1 การไหลของความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ผ่านการประชุมที่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดเชียงราย	114
4.2 สรุปกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ผ่านการอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติการ ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย	122
4.3 ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน	133
4.4 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ปัจจัยที่ค้นพบและปัจจัยเสริม	150
5.1 ภาพรวมเปรียบเทียบของหอการค้า 3 จังหวัด	170

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 แนวคิดข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา	32
2.2 ลำดับขั้นตอนของความรู้จากมุมมองของสโนว์เดน (Snowden)	33
2.3 มุมมองของ สโนว์เดน (Snowden) เกี่ยวกับความรู้	34
2.4 แบบจำลอง SECI (Socialization Externalization Combination and Internalization)	43
2.5 วงจรการจัดการความรู้ไม่รู้จบ	44
2.6 เกณฑ์ของการจัดการความรู้แบบชัดแจ้ง	45
2.7 เกณฑ์ของการจัดการความรู้แบบฝังลึก	46
2.8 แบบจำลองการจัดการความรู้ 3 มิติ ของสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.)	48
2.9 องค์ประกอบหลักของการแบ่งปันความรู้ ของ KMinBusiness	52
2.10 ปัจจัยหลักของการแบ่งปันความรู้ของ KMinBusiness	53
2.11 แบบจำลองวัฒนธรรมองค์กรกับหัวหอม (Onion Model)	62
2.12 กรอบแนวคิดงานวิจัย	62
3.1 แผนที่เส้นทางและด้านการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของจังหวัดเชียงรายจังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน	82
3.2 พื้นที่และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย	83
3.3 วงจรการสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากภาคสนาม	92
4.1 องค์ประกอบของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการผ่านการประชุมที่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดเชียงราย	113
4.2 องค์ประกอบของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการผ่านการอบรมสัมมนา ฝึกปฏิบัติที่เป็นทางการ	117
4.3 ภาพแสดงลักษณะการแบ่งปันความรู้ผ่านกิจกรรมการประชุมไม่เป็น	125

ทางการ	
4.4 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนแบบที่ 1	147
4.5 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนแบบที่ 2	154
5.1 อภิปรายผลแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนแบบที่ 1	164
5.2 อภิปรายผลแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนแบบที่ 2	167



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการความรู้และการแบ่งปันความรู้เป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญที่จะเอื้อต่อการดำเนินการขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ให้บรรลุจุดมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการค้าชายแดน ในฐานะผู้ปฏิบัติและเป็นผู้ดำเนินการตามนโยบายทางการค้า คือ หอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดน เพราะการจัดการความรู้และการแบ่งปันความรู้ต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการค้าชายแดนให้บรรลุผลตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจให้มีเสถียรภาพและยั่งยืน ตามเป้าหมายของการพัฒนาจังหวัดชายแดนของรัฐบาล ในการศึกษาเรื่องนี้จะให้ความสำคัญต่อ จังหวัดเชียงราย พะเยา และน่าน ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดชายแดนทั้งสหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมุ่งเน้นที่องค์กรภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นเป็นสื่อกลางทางการค้า คือหอการค้าทั้งสามจังหวัด เพราะหอการค้าจังหวัดเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญองค์กรหนึ่งที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างภาคประชาชนและรัฐบาล ตามนโยบายการค้าการลงทุน ความสำคัญของหอการค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายแดนที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ยังมีความสำคัญมากขึ้นที่ต้องมีความพร้อม ด้านองค์ความรู้ของกลุ่มคณะในหอการค้าที่ต้องปรับปรุงให้มีความเข้มแข็ง ทั้งด้านข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและต้องมีสมรรถนะในการแข่งขัน ตลอดจนทักษะความรู้ ในระดับนานาชาติได้ หอการค้าจะต้องเป็นองค์กรที่เป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกและผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยผ่านกระบวนการแบ่งปันความรู้ เพื่อเป็นทั้งผู้นำและให้การสนับสนุนการในพื้นที่ชายแดน

ลือชัย จุลาสัย และคณะ (2543) ได้เสนอในรายงานการวิจัย เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบน ได้กำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนาภาคเหนือตอนบน ระยะเวลา 10 ปี (2542-2551) 4 ประการ

ประการแรก มุ่งเน้นการปรับตัว (flexibility) โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนในพื้นที่สามารถปรับตัวเพื่อการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ภายใต้สถานการณ์ การเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อันเกิดจากปัจจัยภายนอกและปัจจัยในพื้นที่เอง

ประการที่สอง การเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (potentiality and competitiveness) พัฒนาให้คนได้ใช้ศักยภาพของตน โดยรัฐช่วยสนับสนุน การพัฒนาคน และองค์ประกอบทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของคนในภาคเหนือตอนบน ให้ดำรงอยู่ในสังคมนานาชาติได้อย่างไม่เสียเปรียบ สามารถพัฒนาตนเองและประเทศไปสู่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความอยู่ดีมีสุข

ประการที่สาม การมีส่วนร่วมในการพัฒนา (participation) มุ่งเน้นให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองโดยมีจิตสำนึก และหน้าที่ความรับผิดชอบ ตามกรอบรัฐธรรมนูญ ฉบับ พ.ศ. 2540

ประการที่สี่ การพัฒนาอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน (stability and sustainability) มุ่งเน้นให้การพัฒนาภาคเหนือตอนบนดำเนินไปอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานการพัฒนาระยะยาว

หอการค้าประจำจังหวัด เป็นศูนย์รวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจในจังหวัดนั้น ๆ และต้องเป็นบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย หรือบุคคลที่มีบุคคลสัญชาติไทยเป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นเกินกึ่งจำนวนเงินทุนของนิติบุคคลนั้นและเป็นผู้ประกอบวิสาหกิจในทางการค้า อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การเงิน หรือเศรษฐกิจ หรือต้องเป็นสมาคมการค้าที่มีสมาชิกซึ่งมีสัญชาติไทยเกินกึ่งจำนวนของสมาชิกทั้งหมด หรือต้องเป็นรัฐวิสาหกิจหรือสหกรณ์ หอการค้าจังหวัดจะต้องเป็นสมาชิกของหอการค้าไทยด้วย ซึ่งนับตั้งแต่รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 27 พฤศจิกายน 2509 เป็นต้นมา การจัดตั้งหอการค้าจังหวัดได้เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2510 โดยมีหอการค้าจังหวัดที่จัดตั้งขึ้นเป็นครั้งแรก 2 หอการค้า ได้แก่ หอการค้าจังหวัดชลบุรี และหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดเริ่มขยายจำนวนอีกครั้งเมื่อปี พ.ศ. 2520 และจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2524 ซึ่งเป็นช่วงเศรษฐกิจของประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันก็เกิดปัญหาและอุปสรรคทางด้านเศรษฐกิจหลายด้าน รัฐบาลในขณะนั้น (ฯพณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี) ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการระดมความร่วมมือจากภาคเอกชนเข้ามาสู่กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น จึงกำหนดเป็นแนวนโยบายของรัฐในการสนับสนุน และส่งเสริมบทบาทภาคเอกชนในการเข้าร่วมแก้ไขปัญหาและพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน และได้มีมติคณะรัฐมนตรีจัดตั้ง “คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.)” โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน รัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ และหัวหน้าส่วนราชการที่

เกี่ยวข้อง และกรรมการจากภาคเอกชนประกอบไปด้วย ผู้แทนจากสถาบันภาคเอกชน คือ หอการค้าไทย สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย ผลจากความร่วมมือดังกล่าว จึงได้แนวคิดขยายความร่วมมือออกไปสู่ภูมิภาค รัฐบาลจึงได้กำหนดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) ให้ภาคเอกชนในระดับจังหวัดรวมตัวจัดตั้งสถาบันภาคเอกชน คือ หอการค้าจังหวัด ขึ้นให้ครบทุกจังหวัดทั่วประเทศ เพื่อให้เป็นตัวแทนภาคเอกชนในการให้ความร่วมมือกับภาครัฐบาล ภายใต้คณะกรรมการ กรอ. จังหวัด ทำให้มีการจัดตั้งหอการค้าจังหวัดขึ้นในช่วงดังกล่าวจนครบในปี พ.ศ. 2530 และครบ 75 จังหวัด ในปี พ.ศ. 2537

หอการค้าจังหวัดในภาคเหนือตอนบนซึ่งประกอบด้วย หอการค้าจังหวัด 8 จังหวัด ประกอบด้วย หอการค้าเชียงใหม่ หอการค้าเชียงราย หอการค้าแม่ฮ่องสอน หอการค้าลำพูน หอการค้าพะเยา หอการค้าน่าน หอการค้าแพร่ หอการค้าลำปาง นับได้ว่า มีบทบาทเกี่ยวข้องกับนโยบายระดับประเทศและภูมิภาค ทั้งนี้ด้วย ท่าเลที่ตั้ง และมีภารกิจสำคัญในยุทธศาสตร์ตามโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มน้ำโขง (The Greater Mekong Subregion: GMS) 6 ประเทศ อันประกอบด้วย ไทย เวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กัมพูชา สหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (มณฑลยูนนาน) ซึ่งเริ่มขึ้นใน พ.ศ. 2535 รวมถึงการที่จังหวัดภาคเหนือตอนบนเป็นส่วนหนึ่งในกรอบนโยบายการพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ยังมีศักยภาพ และโอกาสในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของอนุภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ อาทิ ความได้เปรียบในด้านที่ตั้งอยู่ ในเส้นทางเดินทางสู่ สาธารณรัฐประชาชนจีน และมีพื้นที่ชายแดนติดกับ สหภาพเมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นแนวยาวรวม 2,103 กิโลเมตร โดยเป็นแนวชายแดนกับสหภาพเมียนมาร์ ประมาณ 1,470 กิโลเมตร และกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 633 กิโลเมตร ปัจจัยด้านโครงข่ายพื้นฐานที่พร้อมด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งทางน้ำ อากาศ และทางบก การบริการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ปัจจัยด้านการมีด้านแรงงานซึ่งมีศักยภาพการผลิตอยู่มาก พื้นฐานการผลิตทางการเกษตรนับว่ามีพื้นฐานดี และมีความหลากหลาย เนื่องจากมีการกระจายการผลิตไปสู่พืชที่ให้ผลตอบแทนสูง ปัจจัยด้านการมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญมากมายที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสามารถขยายโครงข่ายการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้ และปัจจัยด้านโอกาสใหม่ๆของการพัฒนาที่ทำให้ภาคเหนือตอนบนเป็นประตูสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสหภาพเมียนมาร์ (ลือชัย จุลาลัย และคณะ, 2543)

ความพยายามในการร่วมมือกันระหว่างหอการค้าจังหวัดที่เป็นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นับว่าเป็นตัวอย่างของความร่วมมือกันในนามของคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ 10 จังหวัดภาคเหนือ (คสศ.) โดยการริเริ่มและประสานงานของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่กับ หอการค้าอีก 8 จังหวัด คือ หอการค้าจังหวัดลำพูน หอการค้าจังหวัดลำปาง หอการค้าจังหวัด แม่ฮ่องสอน หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดแพร่ หอการค้า จังหวัดน่าน และหอการค้าจังหวัดอุดรดิตถ์ ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2543 ต่อมาได้รวมหอการค้า จังหวัดตากด้วย ซึ่ง คสศ. มีการกำหนดเป้าหมายไว้ว่า “จะผลักดันโครงการความร่วมมืออนุภาคนุ่ม น้ำโขง หรือสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจให้เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ทุกจังหวัดใน ภาคเหนือตอนบน” (คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ, 2551)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าหอการค้าจังหวัด เป็นองค์การที่มีความสำคัญองค์การหนึ่งในการ ผลักดันด้านนโยบายระดับประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและอื่น ๆ อีกทั้งเป็นหน่วยในการขับเคลื่อน นโยบายให้เป็นผลในทางปฏิบัติในระดับจังหวัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการค้าชายแดน (border trade) ที่เกี่ยวข้องกับประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นเรื่องที่อยู่คู่กับท้องถิ่นตามสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ เอื้อให้ ซึ่งนโยบายของรัฐหรือเวลาจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร กิจกรรมการค้าชายแดนระหว่าง ประชาชนที่อยู่ตามแนวเขตชายแดนก็ยังคงดำเนินอยู่

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นประเทศเดียวในบรรดาประเทศ ของอนุภาคนุ่มน้ำโขงที่มีชายแดนเชื่อมต่อกับจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยจังหวัด เชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ซึ่งมีสภาพแวดล้อมธรรมชาติ สภาพทางกายภาพภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมที่คล้ายกัน มีพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงติดต่อกันสะดวก ตลอดจนประวัติการค้า ระหว่างกันทั้งสหภาพสหภาพเมียนมาร์ และ สปป.ลาว มาเป็นเวลานาน ในปัจจุบันได้มีกรอบ ข้อตกลงต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการค้าระหว่างกัน เช่น ข้อตกลงของกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่ น้ำโขง (The Greater Mekong Subregion: GMS) ในปี พ.ศ. 2535 ประเด็นของการร่วมมือเขต ชายแดน สนับสนุนการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรกรรมระหว่างประเทศ ซึ่งเปิดโอกาสทางการค้า ระหว่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าชายแดน ในขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการ แข่งขันระหว่างผลผลิตในกลุ่มเดียวกัน ข้อตกลงภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี - เจ้าพระยา - แม่โขง (The Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong Economic Cooperation Strategy: ACMECS) ในปี พ.ศ. 2546 โดยประเทศไทยให้สิทธิพิเศษการนำเข้าสินค้าเกษตรอัตราภาษีเป็นศูนย์ แก่สปป.ลาว 7 รายการ นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมที่ค่อนข้างจะ สมบูรณ์ ด้วยการมีเส้นทาง R3A ซึ่งเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2551 ทำให้ การติดต่อทำการค้า ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนกับสปป.ลาวเป็นไปอย่างสะดวกมากขึ้น

ประกอบกับการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 เชื่อมต่อกับเส้นทาง R3A ซึ่งกำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่จะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2556

ในด้านลักษณะทั่วไปของ สามจังหวัดภาคเหนือตอนบนที่มีการติดต่อทาง การค้าชายแดน กับสปป.ลาว ของจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน โดยสรุป มีดังนี้

จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ติดต่อกับชายแดน สปป.ลาว ทั้งหมดยาวประมาณ 180 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 11,680 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,290,000 ไร่ มีจุดการค้าผ่าน จุดผ่านแดนถาวร 1 ด่าน ที่อำเภอเชียงของ และจุดผ่อนปรน 4 จุด ที่บ้านแจ่มป่อง ตำบลห้วยยาว กิ่งอำเภอเวียงแก่น บ้านร่มโพธิ์ทอง (เลาเจอ) หมู่ 9 ตำบลดงเต่า อำเภอเทิง

จังหวัดพะเยา มีพื้นที่ชายแดนติดกับสปป.ลาว ประมาณ 90 กิโลเมตรและเป็นพื้นที่ภูเขาทั้งหมด มีการค้าที่เป็นจุดผ่อนปรนแห่งเดียว ที่ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง

จังหวัดน่าน มีพื้นที่ชายแดนเป็นภูเขาและป่าไม้ติดกับสปป.ลาว ประมาณ 277 กิโลเมตร มีจุดผ่านแดนถาวร 1 ด่าน ที่บ้านห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และจุดผ่อนปรน 2 จุด ที่บ้านห้วยสะแตง ตำบลงอบ อำเภอทุ่งช้าง และบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว

การค้าชายแดนเป็นลักษณะมีวิวัฒนาการ และเป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยติดเขตแดนของประเทศเพื่อนบ้าน ตลอดจนเป็นไปในลักษณะแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้นการให้ความสำคัญ การส่งเสริมการค้าชายแดน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น รวมถึงเป็นการสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั้งภูมิภาค ทั้งในส่วนของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านด้วย ความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดและของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ต้องมีการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ซึ่งเป็นขั้นตอนแรก ๆ ที่สำคัญของการจัดการความรู้ (knowledge management) เพื่อให้เกิดมีการนำไปใช้ ก่อให้เกิดการต่อยอดของความรู้ และนำไปใช้งานได้

การเลือก “หอการค้าจังหวัด” เป็นหน่วยวิเคราะห์ เพราะหอการค้าเป็นกลุ่มคณะบุคคลที่ได้รับเลือกตั้งให้เข้ามารับผิดชอบในพื้นที่จังหวัด ในด้านการค้า การลงทุนในเขตพื้นที่ชายแดน และการเลือกจังหวัดเชียงราย พะเยา น่าน เพราะทั้ง 3 จังหวัด มีจำนวนประชากรแตกต่างกัน และมีความหนาแน่นของเศรษฐกิจแตกต่างกัน แต่มีพื้นที่ติดกับสปป.ลาว เหมือนกัน โดยมีลักษณะของช่องทางการค้า หรือจุดผ่านแดนที่ต่างกัน ด้วยเหตุผลนี้จึงเลือกเฉพาะ 3 จังหวัด โดยไม่ศึกษาจังหวัดอื่นในภาคเหนือตอนบน เพราะไม่มีช่องการค้าที่ชัดเจนและไม่มีเขตติดต่อกับ สปป.ลาว

การนำเอาแนวทางการแบ่งปันความรู้ มาอธิบายปรากฏการณ์ การค้าชายแดน ผู้วิจัยพบว่าการแบ่งปันความรู้ เกิดขึ้นทั้งในองค์กรภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม และบริการ การขาดความรู้ ความ

เข้าใจในการแบ่งปันความรู้ ทำให้ขาดโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ไม่สามารถจัด ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยภาพรวมและปัญหาเฉพาะด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก ขาดกระบวนการและวิธีการที่เหมาะสม เพราะในการแบ่งปันความรู้ นั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สารความรู้ หรือการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคน

การแบ่งปันความรู้ เป็นวัฒนธรรมองค์กร อย่างหนึ่งที่สำคัญ ของการแสดงออก ถึงพฤติกรรมการทำงานร่วมกันขององค์กร การแบ่งปันความรู้จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคม พฤติกรรมกลุ่ม ความไว้วางใจของมวลสมาชิก อย่างเปิดเผยในเรื่องที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ต่อส่วนรวม มีความเสียสละและอุทิศตนต่อองค์กรอย่างสวาหมิภัก องค์กรที่ทันสมัย เข้าใจต่อภาวะคุกคามจากปัญหาภายนอก อาจสามารถปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการทำงานขององค์กรในเชิงบวกและเชิงสร้างสรรค์ ขณะที่องค์กรใดให้ความสนใจต่อการปรับเปลี่ยน ไม่ให้ความสนใจต่อการเรียนรู้ไม่มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน องค์กรความรู้เก่าจะค่อย ๆ หายไปและไม่มีโอกาสจะได้ความรู้ใหม่ได้เลย จึงไม่เป็นเปลี่ยนวัฒนธรรมภายในองค์กรเพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก แต่หากองค์กรใดสามารถเรียนรู้ เข้าใจถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับ ความต้องการที่จะสามารถเผชิญกับปัญหาได้ องค์กรจะเลือกที่จะปรับเปลี่ยนการจัดการความรู้ให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร วิธีการ เช่นนี้จะพบเสมอในการนำเอาการแบ่งปันความรู้มาใช้แก้ไขปัญหาด้านธุรกิจ หรือการเชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้กับสิ่งสำคัญขององค์กรที่มีอยู่แล้ว และการกระตุ้นพนักงานทั้งระดับบนและล่างให้ใช้ความพยายามให้เกิดการแบ่งปันความรู้ได้

โดยทั่วไปโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ภายในองค์กรควรต้องมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ การแบ่งปันความรู้ภายใน สิ่งที่มีบ่งชี้สำคัญคือทัศนคติเชิงบวกของบุคคลที่มีต่อการแบ่งปันความรู้ เพื่อความสำเร็จขององค์กร การแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพประการหนึ่งคือการพูดคุยสนทนาแบบไม่เป็นทางการ รวมทั้งความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ ความเป็นมิตรสหายที่เป็นปัจจัยสำคัญคือความเชื่อใจ ไว้วางใจกัน ซึ่งกันและกันระหว่างตัวบุคคลในองค์กร นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยียังเป็นสื่อสำคัญ ช่วยในการสื่อสารเป็นสื่อความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ซึ่งนับวันจะมีความสำคัญมีการนำมาใช้ในองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน การใช้สื่อเป็นการไหลเวียนของข้อมูล ความรู้ดังกล่าวจะเป็นไปโดยความสะดวกและรวดเร็ว การแบ่งปันความรู้จำเป็นที่จะต้องถูกต้องแม่นยำ การแบ่งปันความรู้ นับเป็นการแสดงภูมิรู้ของสมาชิก หากไม่มีการแบ่งปันความรู้จากสมาชิกในองค์กร อาจเกิดความเสียหาย ไม่ก้าวหน้าได้ การแบ่งปันความรู้บางครั้งอาจมี

ข้อจำกัด เช่น ความรู้ที่เกี่ยวกับการเงิน จะต้องเป็นความลับ โดยเฉพาะ การแบ่งปันความรู้ในบริษัท ที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เพื่อตรวจสอบและรายงานสถานะภาพทางการเงินของลูกค้า

การแบ่งปันความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับองค์กร จะมีลักษณะการแบ่งปัน แบบการฝึกอบรม การเชิญผู้รู้มาเล่าประสบการณ์ส่วนตัวที่ได้ไปรับมา การได้เข้าร่วมกิจกรรมที่เพื่อนสมาชิกในองค์กร ไม่มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมหรือการอบรม สิ่งที่บุคคลอื่นได้รับคือความรู้ใหม่ จึงเป็นการแบ่งปันความรู้ที่เป็นลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในองค์กร การแบ่งปันความรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่มี ความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งมีความสำคัญมากกว่า การได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน ลักษณะของความรู้ที่การแบ่งปันจะเป็น เรื่องของประสบการณ์ และเรื่องราวต่าง ๆ ลักษณะการแบ่งปันผ่านการสนทนาระหว่างกลุ่มสมาชิก

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด จะเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ในการศึกษา การแบ่งปันความรู้ขององค์กรหอการค้าจังหวัด ซึ่งเป็นองค์กรที่อยู่ในลักษณะสมาคมอาสาเพื่อทำงานให้กับสังคม และจัดเป็นองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อผลประโยชน์ร่วมของสมาชิกเพื่อได้รับความรู้ โดยให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ด้านการค้าชายแดน

1.2 คำถามงานวิจัย

การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนมีลักษณะเป็นอย่างไรที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดน

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1.3.1 ศึกษาลักษณะ การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
- 1.3.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน
- 1.3.3 เสนอแผนจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของกลุ่มหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนนี้ มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา

1.4.1.1 ความสัมพันธ์ในกระบวนการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของสมาชิกหอการค้าจังหวัด

1.4.1.2 ความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

1.4.1.3 ประสิทธิภาพของการทำงานของหอการค้าจังหวัดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่จังหวัดภาคเหนือตอนบน

การศึกษานี้จะเน้นหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งมีการค้าชายแดนกับ ประเทศ สปป.ลาว และมีจุดผ่านแดนถาวร และจุดผ่อนปรน ซึ่งเป็นพื้นที่การค้าชายแดนที่ถูกต้อง ตามกฎหมายหรือการค้า ในระบบ โดยกลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ กรรมการหอการค้ากับผู้ประกอบการค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย พื้นที่การค้าชายแดนด้านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดพะเยา พื้นที่การค้าชายแดนด้านบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง และจังหวัดน่าน พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลบ้านชนแดน อำเภอสองแคว และพื้นที่ด่านห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

1.4.3 วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการ 3 วิธี คือ

1. การสัมภาษณ์ ตามแนวสัมภาษณ์
2. การสังเกตการณ์
3. การวิจัยจากเอกสาร

ขั้นตอนการวิจัยได้ดำเนินการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือไปถึงหอการค้าจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน เพื่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์สมาชิกหอการค้าตามเกณฑ์กลุ่มประชากรตัวอย่างได้แก่ ประธานหอการค้า เลขานุการ และกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน และกรรมการที่เกี่ยวข้อง

2. สำรวจพื้นที่ในเขตการค้าชายแดนของทั้ง สามจังหวัด ในระยะเวลา 3 ช่วง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2552 จนถึง เดือนธันวาคม 2554
3. นัดหมายกรรมการหอการค้าและผู้ประกอบการ จัดทำโปรแกรมการเดินทางเพื่อสัมภาษณ์ ครั้งที่ 1 จังหวัดเชียงราย ครั้งที่ 2 จังหวัดพะเยา
4. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดต่อด้านต่าง ๆ จำแนกได้ดังนี้

1.5.1 ด้านวิชาการ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการจัดการความรู้โดยเฉพาะการแบ่งปันความรู้ในลักษณะของการเป็นกระบวนการทางสังคมของกลุ่มสมาชิกหอการค้า และผู้ประกอบการค้าชายแดน ซึ่งผลของการศึกษาจะทราบถึงองค์ความรู้ สถานการณ์ และโครงสร้างการทำงานของกลุ่มสมาชิกหอการค้าทั้งสามจังหวัดที่มีความสำคัญเพราะตั้งอยู่ในเขตชายแดนของประเทศ อันจะสามารถนำไปเป็นตัวอย่างและต้นแบบสำหรับจังหวัดอื่น ๆ ที่ตั้งอยู่ชายแดนที่มีลักษณะอย่างเดียวกัน

1.5.2 ด้านการปฏิบัติงาน

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่มหอการค้าและผู้ประกอบการ ในการจัดการความรู้การค้าชายแดนโดยเฉพาะประเด็น การแบ่งปันความรู้ โดยได้รูปแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อการดำเนินงานการแบ่งปัน และปรับใช้กับการทำงานของหอการค้าจังหวัดทั่วไป อันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กร ในขณะเดียวกันสามารถนำรูปแบบที่ได้ไปปรับใช้กับหอการค้าจังหวัดที่มีการค้าชายแดนในภูมิภาคอื่นต่อไป เพื่อเป็นการส่งเสริมการทำงานแบบเครือข่าย ของกลุ่มหอการค้าจังหวัด อันจะนำไปสู่การพัฒนาการค้าชายแดนที่เป็นรูปธรรมและอย่างยั่งยืน

1.5.3 ด้านภาครัฐทั้งระดับจังหวัด และระดับชาติ

เมื่อมีการแบ่งปันความรู้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการจัดการความรู้การค้าชายแดนไทยในระดับกลุ่มจังหวัด โดยหอการค้าจังหวัดและผู้ประกอบการแล้ว จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพด้านการทำงานร่วมกันของกลุ่มหอการค้าจังหวัด ซึ่งจะเป็นพลังสำคัญในการผลักดันด้านนโยบายที่เป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพต่อประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อเอื้อต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาการค้า

ชายแดนของจังหวัด และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ตลอดจน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน พร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงของภูมิภาคและของโลกด้วย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ความรู้ (Knowledge)

ความรู้ หมายถึงความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ที่มีและไม่มีกำนันตึก รวมทั้งความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ชีวิต และการทำงาน

1.6.2 การค้าชายแดน (Border Trade)

การค้าชายแดน หมายถึง การค้าที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ ของประชาชนหรือผู้ประกอบการที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัด อำเภอ หมู่บ้าน ที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้มีซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประชาชนที่อยู่อาศัยตามบริเวณชายแดนของทั้งสองฝ่าย โดยมีมูลค่าครั้งละไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรบางชนิด และสินค้าที่หาได้จากธรรมชาติ ได้แก่ ของป่า ซากสัตว์ เป็นต้น เป็นการค้าที่มีกรรมวิธีไม่ยุ่งยาก และมีความสะดวกรวดเร็ว การค้าชายแดนมีทั้งที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยผ่านด่านศุลกากรและลักลอบค้า หรือการค้าสินค้าที่ผิดกฎหมาย การค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย หรือเรียกได้อีกแบบว่า การค้าในระบบ

การค้าชายแดนจะแตกต่างจากการค้าผ่านแดน (cross border trade) ในลักษณะการค้าผ่านแดน เป็นการค้าจากประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศที่สองและส่งผ่านไปยังประเทศที่สาม หรือในทางกลับกัน จากประเทศที่สามผ่านแดนประเทศที่สองมายังประเทศที่หนึ่ง ทั้งนี้ แต่ละประเทศจะต้องมีความยินยอมให้มีการขนส่งสินค้าผ่านแดนกันได้

1.6.3 หอการค้าจังหวัด (Provincial Chamber of Commerce)

หอการค้า หมายถึง สถาบันเอกชนที่กลุ่มบุคคลจัดตั้งขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรส่งเสริมการค้า อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การเงิน และเศรษฐกิจ โดยมีใช่เป็นการแสวงผลกำไรหรือหารายได้มาแบ่งปันกัน หอการค้ามีสถานภาพทางกฎหมายเป็น “นิติบุคคล” เมื่อได้รับอนุญาตและจดทะเบียนจัดตั้งแล้ว

1.6.4 หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน (Upper Northern Provincial Chambers of Commerce)

หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน หมายถึง หอการค้าจังหวัด ที่มีทั้งหมด 8 จังหวัด และได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ หอการค้ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 หรือล้านนาตะวันตก ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ หอการค้าจังหวัดลำพูน หอการค้าจังหวัดลำปาง และหอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่วนอีกกลุ่มคือ หอการค้ากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 หรือล้านนาตะวันออก ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน และหอการค้าจังหวัดแพร่ ในการศึกษาหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน จะศึกษาเฉพาะ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

1.6.5 คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ

คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ (คสศ.) เป็นคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นในตอนเริ่มต้น จากกลุ่มหอการค้าจังหวัดภาคเหนือ 9 จังหวัด ได้แก่ หอการค้าจังหวัด ต่อมาได้ผนวกรวมหอการค้าจังหวัดอุดรดิตถ์ จึงรวมเป็น 10 จังหวัดภาคเหนือ

1.6.6 ประเทศกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (The Greater Mekong Subregion: GMS)

ประเทศกลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน หมายถึง ประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขง ประกอบด้วย โครงการความร่วมมือของ 6 ประเทศ คือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีน (ยูนนาน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยมีธนาคารพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) เป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก กลุ่มประเทศ GMS มีพื้นที่รวมกันประมาณ 2 ล้าน 3 แสนตารางกิโลเมตร หรือประมาณเท่าพื้นที่ของยุโรปตะวันตก มีประชากรรวมกันประมาณ 250 ล้านคน และอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมโยงติดต่อระหว่างภูมิภาคเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1.6.7 การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)

การแบ่งปันความรู้ หมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะการแบ่งปันระหว่างคนคนหนึ่ง ด้วยการสื่อสาร และการแสดงออกอย่างละเอียดชัดเจน ให้กับคนอื่นคนหนึ่ง หรือให้กับกลุ่มคนหรือองค์กร นอกจากนั้นการแบ่งปันความรู้อาจเกิดขึ้นในกลุ่มทีมงาน (King, 2008) นอกจากนี้ก็ยังยังได้อธิบายต่อไปว่าการแบ่งปันความรู้และการถ่ายโอนความรู้ (knowledge transfer) บางครั้งก็จะมีการใช้สลับกัน ความแตกต่างอยู่ที่การถ่ายโอนรู้นั้นมันจะมีประเด็นที่เน้นชัดเจน (focus) มีวัตถุประสงค์ (objective) และมีทิศทางที่ชัดเจน (unidirectionality) แต่การแบ่งปันความรู้ มักจะ

เป็นแบบไม่ตั้งใจ (unintended ways) ไม่กำหนดทิศทาง (multiple directionality) ไม่มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (without specific objective) แต่ในบางครั้งการแบ่งปันความรู้มักจะเกิดด้วยความตั้งใจ (intended ways)

หรือกล่าวได้ว่า การแบ่งปันความรู้เป็นกิจกรรมหนึ่งภายใต้การถ่ายโอนความรู้ ทั้งนี้เพราะการถ่ายโอนความรู้ประกอบด้วย (1) การแบ่งปันความรู้ (2) การนำความรู้กลับมาใช้



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย ของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา สาม ประการ คือ ประการที่หนึ่ง เพื่อทราบลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย ของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนเป็นอย่างไร ประการที่สอง เพื่อทราบปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน และประการที่สาม เพื่อนำเสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

ในงานวิจัยนี้จึงมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำเสนอในบทนี้ ดังนี้

1. แนวคิดด้านข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) และภูมิปัญญา (Wisdom)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)
3. แบบจำลองการจัดการความรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)
5. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP)
6. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) และ ภูมิปัญญา (Wisdom)

ในสังคมปัจจุบันต้องยอมรับว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิต ที่จะสามารถติดต่อกับบุคคลทั่วไป การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีข้อมูล (data) ที่ต้องมีความถูกต้อง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.1.1 ความหมายของข้อมูล

ข้อมูล คือ ข้อเท็จจริงของสิ่งที่เราสนใจ ข้อเท็จจริงที่เป็นตัวเลข ข้อความ หรือรายละเอียด ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพ เสียง วิดีโอ ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ข้อมูลเป็นเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และต้องถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินการที่ให้ความสำคัญของความเร็วของการเก็บข้อมูล ดังนั้น การเก็บข้อมูลจึงเป็นการเก็บรวบรวมเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสิ่งที่เราสนใจนั่นเอง ข้อมูลจึงหมายถึง ตัวแทนของข้อเท็จจริง หรือความเป็นไปของสิ่งของที่เราสนใจ

ข้อมูลสถิติ หมายถึง ข้อมูลที่เป็นตัวเลขหรือไม่เป็นตัวเลขเช่นเดียวกับ ข้อมูล แต่ข้อมูลสถิติจะมีจำนวนมากกว่า และสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ และจะแสดงข้อเท็จจริงที่เป็นตัวเลข หรือไม่เป็นตัวเลขก็ได้ แบบเดียวกับข้อมูล แต่ต้องมีจำนวนมาก เพื่อแสดงลักษณะของกลุ่ม (301math, 2008)

2.1.1.1 ความสำคัญของข้อมูล

มนุษย์เราใช้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตอยู่บนโลก มาตั้งแต่สมัยโบราณแล้ว โดยสังเกตลักษณะของพืชพรรณธัญญาหารว่าประเภทใดกินได้ประเภทใดกินไม่ได้ แล้วบอกกันต่อ ๆ มาเป็นองค์ความรู้ จากนั้นมนุษย์ยังสังเกตพฤติกรรมของสัตว์จนได้ข้อมูลมากพอที่จะใช้ในการล่าสัตว์มาเป็นอาหาร และต่อมามนุษย์สังเกตดวงดาว ฤดูกาล จนสามารถสังเกตได้ว่าเมื่อใดควรปลูกข้าว ปลูกพืชสำหรับใช้เป็นอาหาร การที่มนุษย์รู้จักสังเกตสิ่งแวดล้อมรอบตัว คือการใช้ข้อมูล โดยไม่รู้ตัวนั่นเองมาถึงยุคปัจจุบันนี้ ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญมากมนุษย์ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์มากมายทั้งในชีวิตประจำวันและในการปฏิบัติงาน สำหรับในชีวิตประจำวันนี้

ข้อมูลมีความสำคัญเพราะหากขาดข้อมูล จะกระทำการบางสิ่งอาจทำไม่ได้หรือเกิดการผิดพลาดเสียหายได้ เช่น ผู้รับเหมาสถาสร้างบ้านแต่ไม่มีข้อมูลความต้องการของผู้ว่าจ้างในการสร้างบ้านก็ไม่สามารถ สร้างบ้านได้ หรือ การส่งเนื้อสัตว์ไปขายในบริเวณที่ประชาชนเป็นคนมังสวิรัต

ไม่กินเนื้อสัตว์ อาจเขียนแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลกับการตัดสินใจกระทำการ
 สิ่งต่าง ๆ ดังนี้ การแบ่งประเภทของข้อมูลแบ่งได้หลายแบบขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งซึ่งอาจ
 แตกต่างกันไป ขึ้นกับจุดประสงค์หรือความต้องการในการใช้ข้อมูลในที่นี่จะแสดงการแบ่ง
 ประเภทของข้อมูลเพื่อเป็นตัวอย่าง ดังเช่น (นงลักษณ์ อักษรณรงค์, อัจฉราภรณ์ วรรัมย์ และสายฝน
 ปลื้มกมล, ม.ป.ป.)

1. ประเภทของข้อมูลเมื่อจำแนกตามรูปลักษณะของข้อมูล
2. ประเภทของข้อมูลเมื่อจำแนกตามลักษณะแหล่งเกิดข้อมูล
3. ประเภทของข้อมูลเมื่อจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล

2.1.1.2 ประโยชน์ของข้อมูล

1. เพื่อการเรียนรู้ เราสามารถใช้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับมาจากการฟังวิทยุ ดู
 โทรทัศน์อ่านหนังสือพิมพ์ หรือจากช่องทางอื่น ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียน การประกอบ
 อาชีพการทำงานหรือในกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตประจำวันได้
2. เพื่อการสื่อสาร การที่เรามีข้อมูลต่าง ๆ หรือรับรู้ข้อมูลที่ตรงกับคนอื่น ๆ ทำให้
 เราสามารถร่วมสนทนาพูดคุยกันถึงเรื่องนั้น ๆ ได้
3. เพื่อการตัดสินใจ การที่เราจะตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง
 ของ การเรียนการทำงาน การซื้อสิ่งของ หรือทำสิ่งต่าง ๆ เราจำเป็นจะต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่ง
 เหล่านั้นเพื่อที่จะทำให้เราตัดสินใจได้ง่าย สะดวก ถูกต้องและรวดเร็ว

2.1.2 สารสนเทศ (Information)

สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลที่มีสาระอยู่ในตัว สามารถสื่อความหมายให้เกิดการเข้าใจกับผู้
 ที่ต้องการใช้ข้อมูลนั้น และสามารถที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้การที่จะได้มาซึ่งสารสนเทศที่
 ต้องการนั้นจะต้องนำข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกันเรื่องที่สนใจมาทำการประมวลผลเสียก่อน โดยข้อมูลที่
 นำมาประมวลผลนั้นอาจจะมาจากแหล่งข้อมูลทั้งภายในหรือภายนอกองค์กร (ไอที เสดดินันท์,
 ม.ป.ป.)

2.1.2.1 ความสำคัญของสารสนเทศ

สารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญของโลกปัจจุบัน ในการกำหนดแนวทางการพัฒนา
 การเมืองเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนามนุษย์แลสังคมในทุกระดับ
 ทำให้บุคคลสามารถเสริมสร้างความรู้ ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตประจำวัน ทั้งด้าน
 การงานและชีวิตส่วนตัว ตลอดจนแนวทางแก้ไข การวางแผนและการตัดสินใจอย่างเด่นชัดผู้ใดที่
 ใฝ่รู้และได้รับ สารสนเทศที่มีคุณค่า ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ผู้นั้นย่อมได้รับชัยชนะเหนือผู้อื่นและ
 จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและการทำงาน

ของมนุษย์ ช่วยลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสารสนเทศและความรู้ ทำให้เกิดสังคมยุคสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคมในการทำงานการใช้ชีวิตประจำวัน และการเรียนรู้ดังจะเห็นได้จากบริบทของคำต่าง ๆ ที่ใช้ เช่น สำนักงานอัตโนมัติ พานิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การศึกษาทางไกลผ่านเครือข่าย การติดต่อสื่อสารทางไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์และการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตและเว็บสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่ง ของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมสารสนเทศ ซึ่งเป็นสังคมที่มุ่งเน้นคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร มีการจัดเก็บและใช้ประโยชน์ มีการวิจัยและพัฒนาเพื่อค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ กันตลอดเวลา และเกิดข้อมูลข่าวสารใหม่ที่มีความสำคัญต่อการวิจัยและพัฒนาต่อไป ในทางกลับกันเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคมเพิ่มมากขึ้น เกิดความเหลื่อมล้ำกันของโอกาสและความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร จากการที่เทคโนโลยีสารสนเทศแพร่กระจายไปยังประชาชนของโลกได้ไม่ทั่วถึงและเท่าเทียมกัน จึงเกิดช่องว่างระหว่างผู้รับข่าวสารและผู้รับข่าวสารซึ่งเป็นสาระที่จำเป็นต้องเร่งแก้ไข ยิ่งกว่านั้นในสังคมปัจจุบัน ความรู้ใหม่มีมากมายเกินกว่าจะทำการถ่ายทอดหรือจดจำข้อหาสาระได้หมด อีกทั้งวิทยาการและความรู้ใหม่เกิดขึ้นทุกวัน การเรียนรู้ทักษะสารสนเทศในสังคมยุคสารสนเทศจึงจำเป็น และสำคัญ ผู้เรียนต้องมีทักษะการสืบค้น ทักษะการติดต่อสื่อสาร และทักษะการจัดเก็บข้อมูล ความรู้ไปกับทักษะทางด้านภาษา เพื่อใช้ในการศึกษาและการติดต่อสื่อสาร ทักษะการเรียนรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ต้องเน้นปลูกฝังให้กับเยาวชน เพื่อให้สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ตลอดชีวิต (ดอกกระเจียว, 2552)

2.1.2.2 ประสิทธิภาพของสารสนเทศ (Efficiency)

ระบบสารสนเทศทำให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็วมากขึ้นโดยใช้กระบวนการประมวลผลข้อมูลซึ่งจะทำให้สามารถเก็บรวบรวมประมวลผลและปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้อย่างรวดเร็วระบบสารสนเทศช่วยในการจัดเก็บข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ หรือมีปริมาณมากและช่วยทำให้การเข้าถึงข้อมูล (access) เหล่านั้นมีความรวดเร็วด้วย

ช่วยลดต้นทุนการที่ระบบสารสนเทศช่วยทำให้การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลซึ่งมีปริมาณมากมีความสลับซับซ้อนให้ดำเนินการได้โดยเร็ว หรือการช่วยให้เกิดการติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนการดำเนินการอย่างมาก

ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วการใช้เครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ทำให้มีการติดต่อได้ทั่วโลกภายในเวลาที่รวดเร็วไม่ว่าจะเป็นการติดต่อระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยกัน (machine to machine) หรือคนกับคน (human to human) หรือคนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ (human to machine) และการติดต่อสื่อสารดังกล่าวจะทำให้ข้อมูลที่เป็นทั้งข้อความเสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวสามารถส่งได้ทันที

ระบบสารสนเทศช่วยทำให้การประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ เป็นไปได้ด้วยดี โดยเฉพาะหาระบบสารสนเทศนั้นออกแบบเพื่อเอื้ออำนวยให้หน่วยงาน ทั้งภายในและภายนอกที่อยู่ในระบบของซัพพลายทั้งหมด จะทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ และทำให้การประสานงาน หรือการทำความเข้าใจเป็นไปได้อย่างดียิ่งขึ้น

2.1.2.3 ประสิทธิภาพของสารสนเทศ (Effectiveness)

ระบบสารสนเทศช่วยในการตัดสินใจ ระบบสารสนเทศที่ออกแบบสำหรับผู้บริหาร เช่น ระบบสารสนเทศที่ช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจ (decision support systems) หรือระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร (executive support systems) จะเอื้ออำนวยให้ผู้บริหารมีข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจได้ดีขึ้น อันจะส่งผลให้การดำเนินงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ไว้ได้

ระบบสารสนเทศช่วยในการเลือกผลิตสินค้า/ บริการที่เหมาะสมระบบสารสนเทศจะช่วยให้ห้้องค์การทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับต้นทุน ราคาในตลาดรูปแบบของสินค้า/บริการที่มีอยู่หรือช่วยทำให้หน่วยงานสามารถเลือกผลิตสินค้า/บริการที่มีความเหมาะสมกับความ เชื่อวชาญ หรือทรัพยากรที่มีอยู่

ระบบสารสนเทศช่วยปรับปรุงคุณภาพของสินค้า/ บริการให้ดีขึ้นระบบสารสนเทศทำให้การติดต่อระหว่างหน่วยงานและลูกค้า สามารถทำได้โดยถูกต้องและรวดเร็วขึ้น ดังนั้นจึงช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับปรุงคุณภาพของสินค้า/ บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และรวดเร็วขึ้นด้วย ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) และ คุณภาพชีวิตการทำงาน (quality of working life)

2.1.3 ความรู้ (Knowledge)

ความรู้ คือ ความเข้าใจในเรื่องบางเรื่อง หรือสิ่งบางสิ่ง ซึ่งอาจจะรวมไปถึงความสามารถในการนำสิ่งนั้นไปใช้เพื่อเป้าหมายบางประการ ความสามารถในการรู้อย่างนี้เป็นสิ่งสนใจหลักของวิชาปรัชญา (ที่หลายครั้งก็เป็นเรื่องที่มีการโต้เถียงอย่างมาก) และมีสาขาที่ศึกษาด้านนี้ โดยเฉพาะเรียกว่าญาณวิทยา (epistemology) ความรู้ในทางปฏิบัติมักเป็นสิ่งที่ทราบกันในกลุ่มคน และในความหมายนี้เองที่ความรู้นั้นถูกปรับเปลี่ยนและจัดการในหลาย ๆ แบบ

ความรู้เป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำ ซึ่งอาจจะโดยการนึกได้ มองเห็น ได้ยิน หรือ ได้ฟัง ความรู้นี้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้ โดยประกอบไปด้วยคำจำกัดความหรือความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ปัญหา และมาตรฐานเป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นเรื่องของ การจำอะไรได้ ระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนหรือใช้ความสามารถของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้ การจำได้จึงถือว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญในทางจิตวิทยา และเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ

การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิด และความสามารถทางสมองมากขึ้นเป็นลำดับ ส่วนความเข้าใจ เป็นขั้นตอนต่อมาจากความรู้ โดยเป็นขั้นตอนที่จะต้องใช้ความสามารถของสมองและทักษะในขั้นที่สูงขึ้น จนถึงระดับของการสื่อความหมาย ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษา หรือการใช้สัญลักษณ์ โดยมักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ แล้ว อาจจะโดยการฟัง การเห็น การได้ยิน หรือเขียน แล้วแสดงออกมาในรูปของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่าง ๆ เช่น การบรรยายข่าวสารที่ได้ยินมาโดยคำพูดของตนเอง หรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปเป็นอีกภาษาหนึ่ง โดยคงความหมายเดิมเอาไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อสรุปหรือการคาดคะเนก็ได้ ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้นที่ผู้เรียนรู้เพียงแต่เกิดความจำได้ โดยอาจจะเป็นการนึกได้หรือโดยการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีแก้ไขปัญหา ส่วนความเข้าใจอาจแสดงออกมาในรูปของทักษะด้าน “การแปล” ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการเขียนบรรยายเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ โดยใช้คำพูดของตนเอง และ “การให้ความหมาย” ที่แสดงออกมาในรูปของความคิดเห็นและข้อสรุป รวมถึงความสามารถในการ “คาดคะเน” หรือการคาดหมายว่าจะเกิดอะไรขึ้นสำหรับความหมายของความรู้ ว่าหมายถึง เรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ วิธีการและกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงแบบ กระบวนการของโครงการวัตถุประสงค์ในด้านความรู้ โดยเน้นในเรื่องของกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ

กล่าวโดยสรุป “ความรู้” สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ความรู้ หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นถึงการจำและการระลึกได้ถึงความคิด วัตถุ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยู่ยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน
2. ความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญาในการขยายความรู้ ความจำ ให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล การแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับสื่อความหมาย และความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. การนำไปปรับใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดรวบยอด ในเรื่องใด ๆ ที่มีอยู่เดิม ไปแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่ของเรื่องนั้น โดยการใช้ความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการกับความคิดรวบยอดมาผสมผสานกับความสามารถในการแปลความหมาย การสรุปหรือการขยายความสิ่งนั้น

4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นความสามารถและทักษะที่สูงกว่าความเข้าใจ และการนำไปปรับใช้ โดยมีลักษณะเป็นการแยกแยะสิ่งที่จะพิจารณาออกเป็นส่วนย่อย ที่มีความสัมพันธ์กัน รวมทั้งการสืบค้นความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ เพื่อคว้าวส่วนประกอบปลีกย่อยนั้นสามารถเข้ากันได้หรือไม่ อันจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างแท้จริง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบย่อย ๆ หรือส่วนใหญ่ ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้เป็นเรื่องราวอันหนึ่งอันเดียวกัน การสังเคราะห์จะมีลักษณะของการเป็นกระบวนการรวบรวมเนื้อหาสาระของเรื่องต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างรูปแบบหรือโครงสร้างที่ยังไม่ชัดเจนขึ้นมาก่อน อันเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ภายในขอบเขตของสิ่งที่กำหนดให้

6. การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับความคิด ค่านิยม ผลงาน คำตอบ วิธีการและเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง โดยมีการกำหนดเกณฑ์ (criteria) เป็นฐานในการพิจารณาตัดสิน การประเมินผล จัดได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สูงที่สุดของพุทธิลักษณะ (characteristics of cognitive domain) ที่ต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ การนำไปปรับใช้ การวิเคราะห์และการสังเคราะห์เข้ามาพิจารณาประกอบกันเพื่อทำการประเมินผลสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความรู้คือ สิ่งที่มนุษย์สร้าง ผลิต ความคิด ความเชื่อ ความจริง ความหมาย โดยใช้ ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ตรรกะ แสดงผ่านภาษา เครื่องหมาย และสื่อต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เป็นไปตามผู้สร้าง ผู้ผลิตจะให้ความหมาย (Bloom, 1956)

2.1.4 ภูมิปัญญา (Wisdom)

ภูมิปัญญา หมายถึง พื้นฐานความรู้ความสามารถ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม ความสามารถในการแก้ไขปัญหา โดยใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้มีการพัฒนาสืบสานกันมา อันเป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวให้เข้ากับสภาพต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนเหล่านั้นตั้งถิ่นฐานอยู่ รวมทั้งได้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับกลุ่มอื่น

ดังนั้นภูมิปัญญา จึงหมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของการดำรงชีวิตของคนที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่ประกอบด้วยแนวคิดในการแก้ปัญหาของตนเองจนเกิดการหลอมรวมเป็นแนวความคิดสำหรับแก้ปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง ซึ่งสามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าว แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสมตามกาลเวลา

ภูมิปัญญา คือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้เรียนรู้ สังคม และทดลองใช้ จนเกิดเป็นแบบแผนที่มีคุณค่าในการดำเนินชีวิต โดยมีการถ่ายทอดกันสืบต่อมา ภูมิปัญญานั้นรวมความไปถึงทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรความรู้ ซึ่งมนุษย์ได้สร้างสรรค์ไว้เพื่อเอาชนะอุปสรรคทางธรรมชาติ ทางสังคม ภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่ช่วยให้คนแก้ปัญหาได้ และสร้างสรรค์อารยธรรมได้อย่างมีคุณภาพกับสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญานั้นไม่ได้เกิดมาอย่างเป็นเอกเทศ แต่มีการแลกเปลี่ยนเลือกเฟ้นและปรับใช้ ภูมิปัญญาจากอารยธรรมอื่นตลอดมาจากรอคิดจนถึงปัจจุบัน (ภาสกร, 2551)

2.1.4.1 ความหมายของภูมิปัญญา

ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรมและความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์

ภูมิปัญญา เป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตและเป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีต ประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้

ภูมิปัญญา หมายถึง ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ ในการศึกษาเล่าเรียน การที่ชาวไร่รู้จักวิธีทำนา การไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าวโดยใช้ควาย รู้จักสานกระบุง ตะกร้า เอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม่ส่อยในชีวิตประจำวัน เรียกว่าภูมิปัญญาทั้งสิ้น

ภูมิปัญญา เป็นผลึกขององค์ความรู้ที่มีกระบวนการสั่งสม สืบทอด กลั่นกรอง กับมายาวนาน มีที่มาหลากหลายแต่ได้ประสบประสานกันจนเป็นเหลี่ยมกรณีที่จรัสแสงคงทนและท้าทายตลอดกาลเวลา ความรู้อาจจะไม่ได้เป็นเอกภาพ แต่ภูมิปัญญาจัดว่าเป็นเอกลักษณ์

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า ภูมิปัญญา หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ความสามารถของคนที่ได้จากการสั่งสมประสบการณ์และการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเป็นองค์รวมและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม

สรุปภูมิปัญญา หมายถึง พื้นฐานความรู้ความสามารถ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ทางพฤติกรรม ความสามารถในการแก้ไขปัญหา โดยใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยใช้ประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัว และดำรงชีพในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ที่ได้มีการพัฒนาสืบสานกันมา อันเป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวให้เข้ากับสภาพต่างๆ ในพื้นที่ ที่กลุ่มชนเหล่านั้นตั้งถิ่นฐานอยู่ รวมทั้งได้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับกลุ่มอื่น

ดังนั้นภูมิปัญญาไทย จึงหมายถึง องค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรง และทางอ้อม ที่ประกอบด้วยแนวคิดในการ

แก้ปัญหาของตนเองจนเกิดการหลอมรวมเป็นแนวความคิดสำหรับแก้ปัญหาที่มีลักษณะเฉพาะของตนเอง ซึ่งสามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าว แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสมตามกาลเวลา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)

การจัดการความรู้ นับได้ว่าเป็นระบบการบริหารที่สำคัญในการจัดการบุคลากรสารสนเทศในองค์กร อีกทั้งยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการระบบความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ก่อให้เกิดการจัดการความรู้เพื่อเพิ่มผลผลิต (productivity) และพัฒนาองค์ความรู้ภายในองค์กร ให้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติเกิดการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน พัฒนาระบบงาน สร้างนวัตกรรมทางด้านความรู้ใหม่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อที่จะสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในด้านองค์ความรู้ในยุคโลกาภิวัตน์ได้ ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการความรู้ เป็นแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ที่มองคนในองค์กรเป็นสินทรัพย์อันมีค่า องค์กรต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทำให้คนในองค์กรต้องเป็น (knowledge worker) ที่ต้องสามารถทำงานได้เองอย่างรอบด้าน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีความมุ่งมั่นต่อองค์กร ทำงานอย่างมีเป้าหมาย สามารถผลักดันให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

ความรู้เกิดจากการที่บุคคลได้ลงมือปฏิบัติในหน้าที่การงานของตนภายในองค์กรต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างทักษะและความชำนาญรวบรวมเป็นประสบการณ์ในการทำงาน ทำให้องค์กรหรือบุคคลประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งนี้เนื่องจากความรู้ในปัจจุบันมีอยู่จำนวนมากมาย ทั้งในตัวมนุษย์ สัตว์ ธรรมชาติและอื่น ๆ ซึ่งหากไม่มีวิธีการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ไว้อย่างดีแล้ว ก็จะไม่สามารถนำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกันได้ ดังนั้นจึงได้เกิดแนวคิดการจัดการความรู้ขึ้น เพื่อที่จะสามารถจัดการกับองค์ความรู้ในแต่ละประเภทให้สามารถถูกนำมาแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ด้านการค้าขายแดนที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจร่วมกันภายในภูมิภาคได้

จากแนวคิดดังกล่าว ฌ็อง-ฌัก จักกรพิทักซ์ (2552) ได้ให้ความหมายของความรู้ คือ ประสบการณ์จริง (experience) ที่เกิดจากการเห็นจริง ได้ลงมือปฏิบัติงานจริงหรือประสบการณ์ที่สามารถทำงานได้สำเร็จ (effectiveness) ความรู้เกิดจากการรู้ (knowing) ของมนุษย์

นอกจากนี้ยังได้กล่าวถึง การเรียนรู้ก็ว่า หมายถึง กระบวนการในการหา (acquiring) และสั่งสมความรู้และทักษะ (skill) ความถนัด (aptitude) ซึ่งเชื่อว่ามนุษย์เท่านั้นที่เป็นสิ่งมีชีวิตที่มี

สติปัญญา (intelligence) สามารถเรียนรู้ทำให้เกิดความรู้ ทักษะและความถนัด สามารถใช้เป็นเหตุผลต่าง ๆ ร่วมกับสารสนเทศและสร้างความรู้ใหม่ได้

สำหรับการจัดการ (management) หมายถึง การบริหารองค์การเพื่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต ซึ่งเริ่มตั้งแต่การจัดหาเงินทุน การลงทุน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ การรับพนักงาน การพัฒนาบุคลากร การบริหารงบประมาณ การตลาด การขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการพัฒนาองค์การเพื่อเพิ่มผลผลิตขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการความรู้ในทัศนะของณพศิษฐ์ จักรพิทักษ์ จึงหมายถึง การบริหารจัดการองค์การ โดยเน้นการใช้ความรู้และประสบการณ์ของคนทำงาน รวมทั้งสารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มผลผลิตแก่องค์กร ให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ เพื่อดำรงอยู่ขององค์กรชีวิตและครอบครัวของพนักงานร่วมกัน

การจัดการความรู้นั้นประกอบไปด้วยชุดของการปฏิบัติงานที่ถูกใช้โดยองค์กรต่าง ๆ เพื่อที่จะระบุ สร้าง แสดงและกระจายความรู้ เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้และการเรียนรู้ภายในองค์กร อันนำไปสู่การจัดการสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการธุรกิจที่ดี องค์กรขนาดใหญ่โดยส่วนมากจะมีการจัดสรรทรัพยากรสำหรับการจัดการองค์ความรู้ โดยมักจะเป็นส่วนหนึ่งของแผนกเทคโนโลยีสารสนเทศหรือแผนกการจัดการทรัพยากรมนุษย์ รูปแบบการจัดการองค์ความรู้โดยปกติจะถูกจัดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรและประสงค์ที่จะได้ผลลัพธ์เฉพาะด้าน คือ (1) เพื่อแบ่งปันภูมิปัญญา (2) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน (3) เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและ (4) เพื่อเพิ่มระดับนวัตกรรมให้สูงขึ้น

นอกจากนี้วิจารณ์ พานิช (2552) ยังได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ว่า การจัดการความรู้ หรือเคเอ็ม (KM) คือ การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ (1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (tacit knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม (2) ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

อีกทั้งยังได้กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ (1) บรรลุเป้าหมายของงาน (2) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน (3) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ (4) บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน อย่างไรก็ตามการจัดการความรู้เป็นการดำเนินการอย่างน้อย 6 ประการต่อความรู้ ของวิจารณ์ พานิช (2552) ได้แก่

1. การกำหนดความรู้หลักที่จำเป็นหรือสำคัญต่องานหรือกิจกรรมของกลุ่มหรือองค์กร
2. การเสาะหาความรู้ที่ต้องการ
3. การปรับปรุง ดัดแปลงหรือสร้างความรู้บางส่วน ให้เหมาะต่อการใช้งานของตน
4. การประยุกต์ใช้ความรู้ในกิจการงานของตน
5. การนำประสบการณ์จากการทำงาน และการประยุกต์ใช้ความรู้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสกัด “ขุมความรู้” ออกมาบันทึกไว้

6. การจัดบันทึก “ขุมความรู้” และ “แก่นความรู้” สำหรับไว้ใช้งาน และปรับปรุงเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วน ลุ่มลึกและเชื่อมโยงมากขึ้น เหมาะต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

โดยที่การดำเนินการ 6 ประการนี้บูรณาการเป็นเนื้อเดียวกัน ความรู้ที่เกี่ยวข้องเป็นทั้งความรู้ที่ชัดเจน อยู่ในรูปของตัวหนังสือหรือรหัสอย่างอื่นที่เข้าใจได้ทั่วไป และความรู้ฝังลึกอยู่ในสมอง ที่อยู่ในคน ทั้งที่อยู่ในใจ (ความเชื่อ ค่านิยม) อยู่ในสมอง (เหตุผล) และอยู่ในมือ และส่วนอื่นๆ ของร่างกาย (ทักษะในการปฏิบัติ) การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่คนจำนวนหนึ่งทำร่วมกัน ไม่ใช่กิจกรรมที่ทำโดยคนคนเดียว เนื่องจากเชื่อว่า “จัดการความรู้” จึงมีคนเข้าใจผิด เริ่มดำเนินการโดยรีเข้าไปที่ความรู้ คือ เริ่มที่ความรู้ นี่คือการผิดพลาดที่พบบ่อยมาก การจัดการความรู้ที่ถูกต้องจะต้องเริ่มที่งานหรือเป้าหมายของงาน

วิจารณ์ พานิช กล่าวต่อไปว่า เป้าหมายของงานที่สำคัญ คือ การบรรลุผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินการตามที่กำหนดไว้ ที่เรียกว่า Operation effectiveness และนิยามผลสัมฤทธิ์ ออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. การสนองตอบ (Responsiveness) ซึ่งรวมทั้งการสนองตอบความต้องการของลูกค้า สนองตอบความต้องการของเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น สนองตอบความต้องการของพนักงาน และสนองตอบความต้องการของสังคมส่วนรวม
2. การมีนวัตกรรม (Innovation) ทั้งที่เป็นนวัตกรรมในการทำงาน และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3. ชีตความสามารถ (Competency) ขององค์กร และของบุคลากรที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสะท้อนสภาพการเรียนรู้ขององค์กร

4. ประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งหมายถึงสัดส่วนระหว่างผลลัพธ์ กับต้นทุนที่ลงไป การทำงานที่ประสิทธิภาพสูง หมายถึง การทำงานที่ลงทุนลงแรงน้อย แต่ได้ผลมากหรือคุณภาพสูง

อย่างไรก็ตามเป้าหมายสูงสุดของการจัดการความรู้ คือ การที่กลุ่มคนที่ดำเนินการจัดการความรู้ร่วมกัน มีชุดความรู้ของตนเอง ที่ร่วมกันสร้างเอง สำหรับใช้งานของตน คนเหล่านี้จะสร้างความรู้ขึ้นใช้อยู่ตลอดเวลา โดยที่การสร้างนั้นเป็นการสร้างเพียงบางส่วน เป็นการสร้างผ่านการทดลองเอาความรู้จากภายนอกมาปรับปรุงให้เหมาะสมต่อสภาพของตน และทดลองใช้งาน จัดการความรู้ไม่ใช่กิจกรรมที่ดำเนินการเฉพาะหรือเกี่ยวกับเรื่องความรู้ แต่เป็นกิจกรรมที่แทรกหรือแฝงหรือในภาษาวิชาการเรียกว่า บูรณาการอยู่กับทุกกิจกรรมของการทำงาน และที่สำคัญตัวการจัดการความรู้เองก็ต้องการการจัดการด้วยองค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ได้แก่

1. คน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์

2. เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น

3. กระบวนการความรู้ เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้ใช้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม

ทั้งนี้องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการอย่างสมดุล เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน และนำไปสู่ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ยั่งยืนต่อไปได้

ดังนั้นจากความหมายอันหลากหลายของการจัดการความรู้ สามารถสรุปได้ว่าเป็นกระบวนการ ที่ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยผู้ปฏิบัติงานในองค์กร หรือหน่วยงานย่อยขององค์กร อาศัยเครื่องมือระดมความรู้ โดยเน้นการใช้ความรู้และประสบการณ์จากการทำงาน รวมทั้งสารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานเพื่อเพิ่มผลผลิตแก่องค์กร ทั้งที่เป็นความรู้ของกลุ่มบุคคลของกลุ่มผู้ร่วมงาน และขององค์กร เกิดการเรียนรู้ การรวบรวมข้อมูล สร้างฐานข้อมูล จัดระเบียบ แลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ความรู้ภายในองค์กรโดยพัฒนาระบบจาก ข้อมูลไปสู่สารสนเทศให้

สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้น ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้

การบริหารจัดการความรู้ เกิดขึ้นจากการค้นพบว่า องค์กรต้องสูญเสียความรู้ไปพร้อมๆกับการที่บุคลากรลาออกหรือ เกษียณ อันส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวคิดที่มุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้มาเพียงอย่างเดียวจึงเปลี่ยนไป ทำให้การบริหารจัดการความรู้จึงสัมพันธ์กับองค์กรแห่งการเรียนรู้ (learning organization) เป็นอย่างยิ่ง

การจัดการความรู้จึงเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพงาน เพราะหากองค์กรจะพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จึงจำเป็นต้องบริหารจัดการความรู้ภายในองค์กรให้เป็นระบบ เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรเรียนรู้ได้จริง และต่อเนื่องหากองค์กรใดมีการจัดการความรู้โดยไม่มีการสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร ก็นับเป็นการลงทุนที่สูญเปล่า

การบริหารจัดการความรู้มีความซับซ้อนมากกว่าการฝึกอบรมหรือการประชุมเพราะเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการต่อภายหลังจากที่บุคลากรมีความรู้ ความชำนาญแล้ว แต่อุปสรรคที่มักพบอยู่เสมอของการบริหารจัดการความรู้ คือ “พฤติกรรมการทวงความรู้” และวัฒนธรรม “การไม่ยอมรับในส่วนบุคคล” ดังนั้นองค์กรจะทําอย่างไรให้บุคลากรเหล่านั้นยินดีบันทึกถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้อื่น

การจัดการความรู้คือการรวบรวมความรู้ที่กระจัดกระจายอยู่ต่าง ๆ มารวมไว้ที่เดียวกัน การสร้างบรรยากาศให้คนคิดค้นเรียนรู้ สำหรับความรู้ใหม่ ๆ ขึ้น การจัดระเบียบความรู้ในเอกสาร และทำสมุดหน้าเหลืองรวบรวมรายชื่อผู้มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างช่องทาง และ เงื่อนไข ให้คนเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อนำไปใช้พัฒนางานของคนให้สัมฤทธิ์ผลจัดระเบียบ แลกเปลี่ยน และ ประยุกต์ ใช้ความรู้ในองค์กรโดยพัฒนาระบบจากข้อมูลไปสู่สารสนเทศ เพื่อให้เกิด ความรู้ และ ปัญญา ในที่สุด

แนวคิดของ การจัดการความรู้ ไม่สามารถจะประมวลเป็นคำจำกัดความด้วยถ้อยคำที่สั้น ๆ ได้ ต้องให้นิยามหลายข้อ จึงจะครอบคลุมความหมาย ซึ่ง วิจารย์ พานิช (2548) ได้ให้นิยามของการจัดการความรู้ไว้ 4 แก่นมุม ดังนี้

1. การจัดการความรู้มีความหมายรวมถึง การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูลและคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้
2. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ถ้าไม่มีการแบ่งปันความรู้ ความพยายามในการจัดการความรู้จะไม่ประสบผลสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กร

เกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิถีปฏิบัติ มีผลต่อการแบ่งปันความรู้ ประเด็นด้านวัฒนธรรมและสังคม มีความสำคัญยิ่งต่อการจัดการความรู้

3. การจัดการความรู้ต้องการผู้ทรงความรู้ความสามารถในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งสำหรับช่วยแนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้นกิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนเก่งและดี การพัฒนาคน การติดตามความก้าวหน้าของคน และการดึงคนมีความรู้ความสามารถไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

4. การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้แก่องค์กร การประเมิน “ต้นทุนทางปัญญา” (intellectual capital) และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ เป็นดัชนีบอกว่าการจัดการความรู้ได้อย่างได้ผลหรือไม่

ช่วงที่แนวคิดของการจัดการความรู้ เริ่มปรากฏเห็นชัดเจนในสหรัฐอเมริกา เป็นช่วงประมาณทศวรรษที่ 1970 ทั้งนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นช่วงที่ สถาบัน เอ็มไอที และ มหาวิทยาลัย แสตนฟอร์ด ได้ทำงานวิจัยหลายชิ้นเพื่อวิเคราะห์ การใช้ความรู้ไปในกระบวนการต่าง ๆ ของการผลิต จนกระทั่งราวช่วงทศวรรษที่ 1980 บริษัทและองค์กรต่าง ๆ ล้วนตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ ความรู้ในองค์กร จึงพยายามหาวิธีการที่จะจัดการความรู้ ขณะนั้น ต่างให้ความสำคัญกับการหาเทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ เพื่อสร้างระบบที่ชาญฉลาดในการจัดการความรู้ ยุคนั้นจึงเป็นยุคที่กล่าวถึงระบบ ชำนาญการ (expert system) และ ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) เพื่อช่วยมนุษย์ในการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการสะท้อนแนวคิดเกี่ยวกับ การจัดการความรู้และเทคโนโลยีในขณะนั้น

ต่อมา ในช่วงทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา จากการที่มีปรากฏการณ์ของอินเทอร์เน็ต ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้เป็นที่ปรากฏ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการธุรกิจ โดยที่ขณะนั้นมีการใช้แนวคิดนี้ผนวกกับแนวคิดเรื่องการควบคุมคุณภาพ (Total Quality Management: TQM) ในช่วงนี้มีการแบ่งความรู้เป็น 2 ประเภทที่ชัดเจนขึ้น เป็นความรู้ที่เรียกว่าเป็นความรู้ที่ฝังลึก และความรู้ที่ชัดแจ้ง หรือเปิดเผย ซึ่งผู้เสนอแนวคิดนี้และเป็นที่ยอมรับกัน คือ อิกุจิโร นานากะ (Ikujiro Nanaka)

ปัจจุบันเป็นที่กล่าวกันว่า การจัดการความรู้เน้นความรู้ที่ซับซ้อนและการจัดการองค์กรที่มีชีวิตจิตใจ มีความเป็นพลวัต มีการนำศาสตร์แห่งความซับซ้อน ทฤษฎีไร้ระเบียบ (chaos theory) ระบบที่ซับซ้อนและปรับตัว (complex-adaptive system) มาประยุกต์ใช้ ทั้งนี้เพราะ ความรู้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป ต้องอาศัยหลักธรรมชาติและระบบ

ซับซ้อน มาใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ สโนเดน ที่เน้นว่าการจัดการความรู้ต้องอาศัยหลักศิลปะ หรือ ธรรมชาติมากกว่าหลักการทางวิทยาศาสตร์ ทั้งนี้เพราะเน้นความรู้ที่ฝังลึกที่ตัวคน (Snowden, 2000)

โดยสรุปถ้าพิจารณาถึงแนวทางของการจัดการความรู้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทางของการจัดการความรู้โดย อเล็กโซปูลอส (Alexopoulos, 2008) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้แบบสองแนวทาง

การจัดการความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	การจัดการความรู้ด้วยระบบออร์แกนิก
-ระบบ/เทคโนโลยีเป็นศูนย์กลาง	-ความสัมพันธ์/ความเป็นศูนย์กลาง
-ระบบเครื่องจักรกล	-ไม่ต่อเนื่อง
-ความรู้ที่บันทึก	-ความรู้ที่สามารถบันทึก และไม่สามารถบันทึกได้
-ไม่มีบริบท	-มีบริบท
-ไม่เปลี่ยนแปลงสถานะ	-เป็นพลวัต
-จุดดีที่สุด	-ประยุกต์/ดัดแปลงได้

แนวทางแรกจะเป็นลักษณะของการจัดการความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (computational KM paradigm) ที่มีทั้งฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ รวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินทราเน็ต การทำคลังข้อมูล และการเก็บรวบรวมเอกสาร โดรนผ่านอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ในแนวทางการจัดการความรู้นี้ สารสนเทศสามารถแปลง และจัดเก็บเป็นอิเล็กทรอนิกส์ได้

แนวทางที่สองจะเป็นลักษณะขององค์กรที่มีชีวิต (organic KM paradigm) นั่นคือให้ความสำคัญกับพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งในแนวทางนี้เป็นแนวทางที่มีมุมมองเรื่องความรู้ เปลี่ยนไปตามบริบท สภาพแวดล้อม และคน การจัดการความรู้ในลักษณะเช่นนี้ จึงให้ความสำคัญกับคน และความรู้ที่จัดการในแนวทางนี้ มีทั้งสิ่งที่สามารถบันทึกได้ และบันทึกไม่ได้ และจะต้องเป็นพลวัต หรือเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา รวมถึงมีความยืดหยุ่น ในแนวทางนี้ให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้ และการแบ่งปันความรู้ผ่านทางช่องทางที่เป็นสังคม

กรณีในประเทศไทย แนวคิดการจัดการความรู้เป็นเรื่องที่เริ่มกล่าวถึงในวงการธุรกิจ เอกชนและเห็นเด่นชัดในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2545 โดยเริ่มจากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ได้เริ่มศึกษาแนวทางการจัดการความรู้ว่าเป็นระบบ แต่ขณะนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าบริษัทต่าง ๆ ได้มีการ

จัดการความรู้อยู่แล้ว แต่อาจไม่ได้เรียกว่าเป็นการจัดการความรู้ หรือในขณะเดียวกันทุกๆ ส่วนของ สังกศ. อาจจะมีการจัดการความรู้ของตนตามรูปแบบต่าง ๆ เพียงแต่ไม่ได้เรียกว่าเป็นการจัดการความรู้ อีกหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเรื่องการจัดการความรู้โดยเน้นบริบท สังกศ. ไทยเป็นสำคัญ คือ สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เริ่มดำเนินงานด้านการส่งเสริมการจัดการความรู้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ในปัจจุบัน สคส. ได้ดำเนินงานในฐานะเป็นองค์กรอิสระมหาชนแล้ว นับตั้งแต่ มีนาคม 2551 สคส. นับได้ว่าได้ดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการจัดการความรู้ในสังคมได้ผลดี บรรลุเป้าหมายของสถาบัน และทำให้เกิดการขยายผลเกี่ยวกับการจัดการความรู้ให้เป็นที่รู้จักกัน อย่างกว้างขวาง เกิดเป็นเครือข่ายด้านการจัดการความรู้ และเกิดการตื่นตัวในเรื่องของการจัดการความรู้ในสังคมไทย รวมทั้งในวงการการศึกษาก็มีเครือข่ายการจัดการความรู้ นอกจากนี้ก็มีองค์กร หลายองค์กรในประเทศไทยที่เป็นตัวอย่างของการใช้ KM ตามโครงการ การจัดการความรู้ของ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เช่น โรงพยาบาลศิริราช บริษัท สเปนชั่น (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นต้น

บดินทร์ วิจารณ์ (2547) ได้ยกตัวอย่างการนำแนวคิดการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ในงาน ด้านต่าง ๆ แยกตามองค์กร และประเภทของอุตสาหกรรม ดังรายละเอียด ในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตัวอย่างการจัดการความรู้ในองค์กรต่าง ๆ

องค์กร	อุตสาหกรรม	เหตุผลการนำ KM มาประยุกต์ใช้งาน
Buckman Labs	Chemicals	ปรับเปลี่ยนการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์จากผลิตภัณฑ์ มาสู่ การมุ่งเน้นลูกค้า จึงพัฒนาการจัดการความรู้ของ พนักงานและขององค์กร ที่สามารถตอบสนองและ สร้างความประทับใจต่อลูกค้าได้
HP	Computer Hardware	สร้าง และเชื่อมโยงเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญทั้งองค์กร
Xerox	Office Equipment	รวบรวมองค์ความรู้จากทีมงานบริการจากทั่วโลก เพื่อ ยกกระดับของการให้บริการ และลดข้อผิดพลาด แลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงาน

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

องค์กร	อุตสาหกรรม	เหตุผลการนำ KM มาประยุกต์ใช้งาน
Siemens	Conglomerate	ร่วมมือและแลกเปลี่ยน Best Practices ทั้งทั้งองค์กร เพื่อจัดเก็บ และนำองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์, Solution และจากลูกค้า เรียนรู้จากประสบการณ์เพื่อต่อยอดลดการคิดใหม่ซึ่งซ้ำกับความคิดเดิม ส่งเสริมการเรียนรู้ สร้าง และแบ่งปันความรู้
Colgate-Palmolive	Consumer Product	ค้นหา จัดเก็บ และกระจาย Best Practices
Capital One	Financial Service	ส่งเสริมวัฒนธรรม ปรับปรุง Solution เพื่อส่งมอบต่อลูกค้า
Ford	Manufacturing	หา และนำ Best Practices ในองค์กรมาใช้ประโยชน์ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้น เพื่อพัฒนาระบบการธุรกิจ และสร้างมูลค่า คุณค่า ให้กับผู้ถือหุ้น
BP Amoco	Oil and Gas	สร้างเครือข่ายเชื่อมโยงพนักงานทุกคน เพื่อสนับสนุนการรวมตัวกัน (Newly-Merged ระหว่าง BP/Amoco) เพื่อหาและจัดการองค์ความรู้ป้องกันการคิด และการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน
Pfizer	Pharmaceutical	การนำองค์ความรู้ในองค์กรมาสร้างประโยชน์ เพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพในการตัดสินใจ เอื้อ และสนับสนุนการค้นหา และพัฒนาเวชภัณฑ์ และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

จาก บดินทร์ วิจารณ์. (2547). การจัดการความรู้สู่ปัญญาปฏิบัติ = Knowledge management in action. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

2.2.1 การจัดการความรู้ในองค์กร

โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) นักวิชาการชาวญี่ปุ่น ได้เสนอวิธีดำเนินการความแตกต่างที่สำคัญระหว่างแนวทางจัดการความรู้แบบตะวันตก กับแบบญี่ปุ่น โดยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญระหว่าง แนวทางที่ผู้จัดการแบบตะวันตกกับญี่ปุ่นมองเกี่ยวกับความรู้ ผู้จัดการชาวตะวันตกมององค์กรเสมือนของที่ได้มาเปล่า ๆ ว่าเป็น เครื่องจักรสำหรับ “การประมวลผลสารสนเทศ” ทักษะนี้ฝังตรึงลึกลงในการบริหารแบบดั้งเดิมของตะวันตก และเป็น ทักษะที่มองความรู้ว่าเป็น “เรื่องประจักษ์ชัด” (explicit) คือเป็นอะไรที่เป็นทางการและมีระบบ ความรู้ที่ประจักษ์สามารถแสดงได้ในรูปของตัวอักษรและตัวเลข สื่อสารและแบ่งปันกันได้ง่าย ๆ ในรูปแบบของข้อมูลที่ชัดเจน สูตรทางวิทยาศาสตร์ กระบวนการที่จัดเป็นหมวดหมู่ หรือ กฎเกณฑ์ที่ประยุกต์ใช้ได้ทันที ดังนั้นความรู้จึงถูกมองคล้าย ๆ กับโค้ดคอมพิวเตอร์ สูตรทางเคมี หรือกลุ่มของกฎทั่ว ๆ ไป

อย่างไรก็ตาม บริษัทญี่ปุ่นมีความเข้าใจที่แตกต่างกันอย่างมากเกี่ยวกับความรู้ พวกเขาตระหนักว่าความรู้ที่แสดงเป็นตัวอักษรและตัวเลขเป็นเพียงยอดของภูเขาน้ำแข็งเท่านั้น ความรู้ส่วนใหญ่เป็น “เรื่องที่ยังเป็นนัย ๆ อยู่” (tacit) คือบางอย่างที่ไม่สามารถมองเห็นและแสดงออก ได้ง่าย ๆ นัก ความรู้ที่เป็นนัย ๆ มีความเป็นเรื่องส่วนตัวสูงและยากที่จะจัดเป็นระบบ ทำให้ยากต่อการสื่อสารและแบ่งปันกับผู้อื่น การเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางอัตวิสัย การรู้โดยสัญชาตญาณ และ ความรู้สึก เป็นความรู้ประเภทนี้ ยิ่งไปกว่านั้น ความรู้ที่เป็นนัย ๆ ยังฝังรากลึกในการกระทำและ ประสบการณ์ของปัจเจกชน เช่นเดียวกับในมโนคติ คุณค่า หรืออารมณ์ที่เขาอมรับเอาไว้ (Nonaka & Takeuchi, 1995)

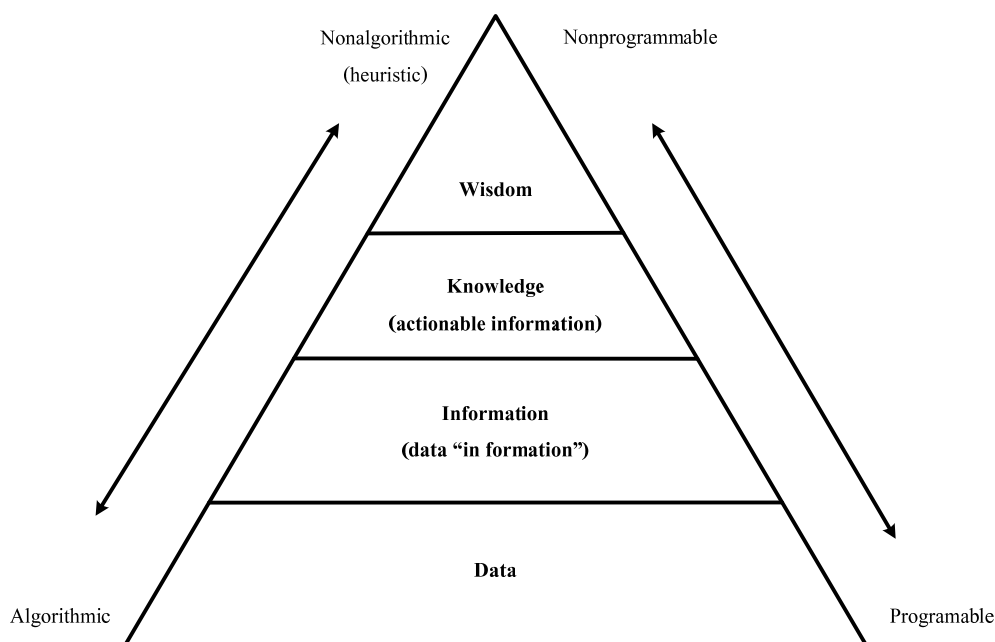
โนนากะ และทาเคอุชิ เสนอกิจกรรมสำคัญ 7 ประการในการดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร ได้แก่

1. สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้
2. สร้างทีมจัดการความรู้
3. สร้างบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเข้มข้นในกลุ่มพนักงานระดับล่าง
4. จัดการความรู้ควบคู่ไปกับกิจกรรมพัฒนาสินค้า / วิธีการใหม่ หรือพัฒนารูปแบบการทำงาน
5. เน้นการจัดการองค์กรแบบ “ใช้พนักงานระดับกลางเป็นพลังขับเคลื่อน” (Middle-up-down management)
6. เปลี่ยนองค์กรไปเป็นแบบ “พหุบาท” (hypertext)
7. สร้างเครือข่ายความรู้กับโลกภายนอก

การสร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ที่เป็น “ความรู้แห่งชีวิต” หรือความรู้หลักขององค์กร สำหรับใช้เป็นเข็มทิศในการจัดการความรู้ขององค์กร การจัดการ วิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ ต้องไม่ใช่เพียงแค่สร้าง แต่จะต้องเรียงร้อยร้อยคำให้กินใจและเข้าใจง่าย แล้วสื่อสารให้เป็นที่รับรู้และซาบซึ้ง จนเกิดเป็นความเชื่อและค่านิยมร่วมกันทั่วทั้งองค์กร วิสัยทัศน์ดังกล่าวต้องมีความชัดเจนในระดับที่เหมาะสม คือ ชัดเจนในระดับที่มองเห็นทิศทางและขอบเขตร่วมกันได้อย่างชัดเจน แต่ก็ไม่ชัดหรือมีรายละเอียดมากเกินไป จนทำให้ปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน วิสัยทัศน์ดังกล่าวจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานในแต่ละหน่วยย่อยร่วมกันตีความ นำไปสู่วิสัยทัศน์และพันธกิจของหน่วยย่อยภายใต้ร่มของวิสัยทัศน์ภาพรวม ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันที่ทุกคนจะทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์นั้น

โนนากะ และทาเคอุชิ ได้กล่าวว่า “ความรู้ใหม่ ๆ มักจะเริ่มต้นจากคน ๆ หนึ่ง” นอกจากนี้เขายังได้เป็นผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ว่าเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้ที่ฝังลึก และความรู้ที่ชัดเจน หรือเปิดเผย

อวาด และกาซิริ (Awad & Ghaziri, 2004) นักวิชาการจากมหาวิทยาลัย ยูนิเวอร์ซิตี ออฟ เวอร์จิเนีย (University of Virginia) ในสหรัฐอเมริกา และ มหาวิทยาลัยอเมริกัน ยูนิเวอร์ซิตี ออฟ เบรุต (American University of Beirut) ในเลบานอน ให้คำนิยามของข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และภูมิปัญญา ไว้ดังนี้



จาก Awad, E. M. & Ghaziri, H. (2004). **Knowledge management**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

ภาพที่ 2.1 แนวคิดข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญา

ข้อมูล คือ ข้อมูลเท็จจริงที่ยังไม่ผ่านการกลั่นกรอง หรือข้อเท็จจริงหรือมูลดิบ ตัวอย่างเช่น 211102345 เป็นชุดของตัวเลข ซึ่งไม่บอกว่าเป็นอะไร

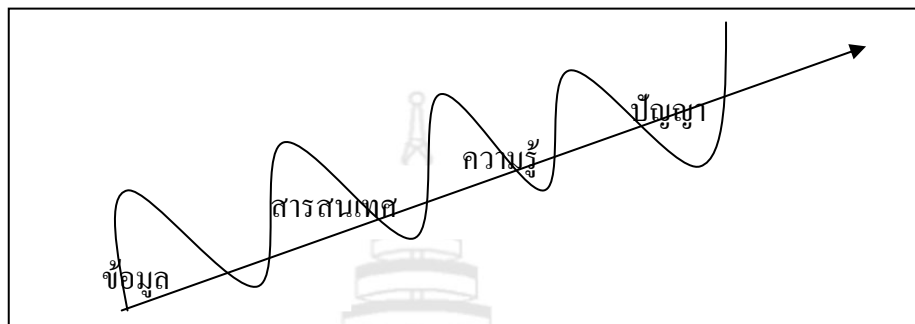
สารสนเทศ คือ ข้อมูลดิบที่ผ่านการประมวลผลแล้ว และมีความหมาย หรือสื่อความหมายบางอย่าง เช่น รายงานทางการเงิน 211-10-2345 คือหมายเลขบัญชี

ความรู้ คือ การเชื่อมโยงที่คนกับสารสนเทศ เพื่อให้คนมีการนำมาใช้ ซึ่งความรู้จะรวมถึงที่มนุษย์รับรู้ ทักษะที่เกิดขึ้น การฝึกฝน สามัญสำนึก และประสบการณ์ ยกตัวอย่างเช่น นักวิเคราะห์ทางการเงินพูดว่า “ดัชนีชี้วัดทุกตัวบอกว่า ฉันควรจะถอนหุ้นออกจากบริษัท XYZ ภายในสิ้นปีนี้”

ภูมิปัญญา คือ ลักษณะของความรู้ที่เป็นนามธรรมในระดับสูงสุด ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ มองไปข้างหน้า และมองให้กว้าง

สโนเดน (Snowden, 2000) ผู้เชี่ยวชาญการจัดการความรู้ และเป็นผู้อำนวยการ บริษัท IBM สหราชอาณาจักร มีมุมมองเกี่ยวกับการจัดการความรู้ว่า เป็นสิ่งที่ซับซ้อน ไม่สามารถจัดเป็นระบบ

ที่แน่นอนได้ หรือไม่สามารถกล่าวได้ว่าพัฒนาการของข้อมูลจะนำไปสู่การเป็นสารสนเทศ ความรู้ และปัญญาตามลำดับเสมอไป โดยให้เหตุผลว่าสารสนเทศที่แม้จะผ่านกระบวนการวิเคราะห์ มีบริบท รายละเอียดที่ครบถ้วน แต่หากไม่ใช่สารสนเทศในเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่เรา หรือเราไม่สามารถนำไปใช้ได้ ก็ไม่เรียกว่าเป็นความรู้สำหรับเรา ดังแสดงในภาพที่ 2.2



จาก Snowden, D. (2000). Organic knowledge management. **Knowledge management**, 3, 14-17.

ภาพที่ 2.2 ลำดับขั้นตอนของความรู้จากมุมมองของสโนเดน (Snowden)

การจัดการความรู้ต้องอาศัยหลักคิดปะหรือธรรมชาติมากกว่าหลักการทางวิทยาศาสตร์ โดยสโนเดนได้ให้แนวคิดว่า ความรู้ตั้งแต่ประเภทที่เป็นนามธรรมยากต่อการบริหารจัดการ จนกระทั่งถึงที่เป็นรูปธรรม หรือเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน สามารถจัดการได้ง่าย เรียกว่า “ASHEN” ซึ่งมาจากคำว่า

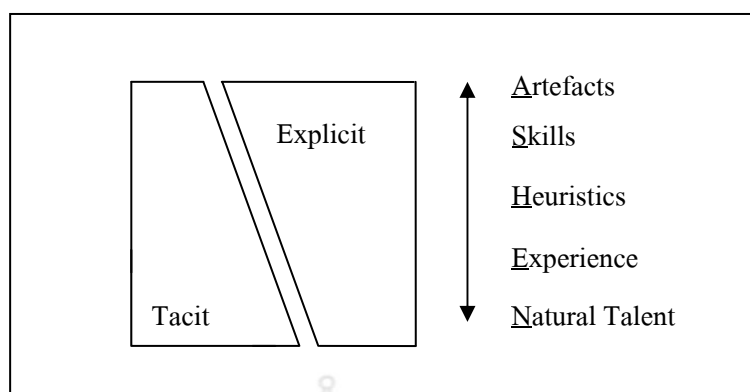
Artefacts: เป็นความรู้ที่อยู่ในรูปของเอกสาร ลายลักษณ์อักษร

Skills: เป็นทักษะหรือสิ่งที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้สามารถทำได้ หรือประสบความสำเร็จ

Heuristics: ความรู้ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ หรือจากเหตุผลต่าง ๆ ที่มี

Experience: ประสบการณ์ ซึ่งยากในการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้

Natural Talent: พรสวรรค์ หรือสิ่งที่ธรรมชาติให้มา ซึ่งยากที่จะบริหารจัดการได้ เป็นความรู้ฝังลึกและยากในการถ่ายทอดมากที่สุด



จาก Snowden, D. (2000). Organic knowledge management. **Knowledge management**, 3, 14-17.

ภาพที่ 2.3 มุมมองของ สโนเดน (Snowden) เกี่ยวกับความรู้

แนวคิดหรือความหมายของ ความรู้นั้น ถึงแม้จะสามารถนิยามได้หลายแง่มุม และมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้นิยามไว้ก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ คือ คน ความรู้ชุดหนึ่งสำหรับคนคนหนึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกันกับผู้อื่น ถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องเดียวกันก็ตาม ดังนั้นการแบ่งปันหรือการแลกเปลี่ยนความรู้จึงจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญของการเกิดองค์ความรู้ใหม่ เป็นการแตกยอดของความรู้ ซึ่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการแบ่งปันความรู้ เป็นกระบวนการที่สำคัญของการจัดการความรู้ โดยเฉพาะความรู้ที่ที่อยู่ในตัวคน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของงานวิจัยนี้

ประเวศ วะสี (2548) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ไว้ 2 ชนิด คือ ความรู้ในตำรา และความรู้ในตัวคน ความรู้ในตำรา หมายถึงความรู้ที่มีผู้บันทึก ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสร้างความรู้ใหม่ขึ้นมา ส่วนความรู้ในตัวคน หมายถึงความรู้ความชำนาญที่มีอยู่ในตัวคน แต่ละคนที่ได้มาจากประสบการณ์ชีวิตและการทำงาน

โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) กล่าวว่า ความรู้ชัดแจ้ง เป็นความรู้ที่ถูกแสดงออกอย่างเป็นทางการได้โดยใช้ภาษาสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ เช่น ในรูปของข้อมูล สูตรทางคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ข้อมูลรายละเอียดคู่มือ และอื่น ๆ จึงสามารถนำไปใช้ถ่ายทอดและจัดเก็บได้ง่ายและสะดวก ความรู้ประเภทนี้ สามารถเรียนได้ในโรงเรียนและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ความรู้ที่ชัดแจ้งนี้มีลักษณะตรงกันข้ามกับความรู้ฝังลึก

ในขณะที่ ความรู้ฝังลึก เป็นความรู้ส่วนตัวของแต่ละบุคคล และยากที่จะทำออกมาให้ปรากฏเห็นเป็นรูปแบบอย่างทางการเหมือนอย่างความรู้ชัดแจ้ง ความรู้ประเภทนี้รวมถึง

ความสามารถที่จะเห็นและเข้าใจความจริงในสิ่งใด ๆ หรือสถานการณ์ใด ๆ (insight) และการสังหรณ์ใจ ความรู้ฝังลึก จึงฝังตัวอยู่ในการทำงานที่ทำอยู่ประจำ ความมุ่งมั่นเอาจริง อุดมคติ ค่านิยม และแม้แต่อารมณ์ ความรู้สึก และเป็นการยากที่จะสื่อสารความรู้ฝังลึกนี้ไปสู่คนอื่น เมื่อเรามองเห็นความแตกต่างในลักษณะของความรู้ทั้งสองประเภท จึงทำให้เห็นต่อไปว่า ในสังคมตะวันตกนั้นให้ความสำคัญกับความรู้ชัดแจ้งมากกว่าความรู้ฝังลึก แต่ในสังคมตะวันออก โดยเฉพาะสังคมที่มีรากฐานสังคมอยู่กับพุทธศาสนา ที่เน้นเรื่องของความรู้ที่มาจากการปฏิบัติ ไม่ใช่แค่อ่าน แคฟัง จะให้ความสำคัญมากกว่ากับความรู้ฝังลึก

โนนากะ และทาเคอุชิ กล่าวต่อไปว่า สังคมญี่ปุ่นนั้นมีรากอยู่กับพุทธศาสนา และมองว่าความรู้เป็นสิ่งที่มาจากภายในตัว ไม่ใช่สิ่งที่มองเห็น หรือจะแสดงออกได้ง่าย ๆ โดยยังได้ชี้ถึงลงไปอีกว่า แม้ในความรู้ฝังลึกนี้ก็ยังมีอยู่ 2 มิติที่ต้องทำความเข้าใจ คือ มิติทางเทคนิค (technical dimension) ซึ่งหมายถึงทักษะความชำนาญบุคคล หรือฝีมือในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เรามักเรียกว่า Know-how กับอีกมิติหนึ่งเป็นมิติทางด้านความคิด (cognitive dimension) มิตินี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อ อุดมคติ ค่านิยม ความคิด - จิตใจ ซึ่งสอดแทรกอยู่ในตัวบุคคลและเรามักจะมีสิ่งเหล่านี้โดยไม่ได้ใส่ใจ มิตินี้มีบทบาทสำคัญในการที่บุคคลจะมีโลกทัศน์เช่นใด

ภราดร จินดาวงศ์ (2549, หน้า 28) ให้คำนิยามของข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และปัญญาไว้ดังนี้

ข้อมูล (data) จะเป็นข้อเท็จจริง ที่ถูกบันทึกลงไป และยังไม่มีการนำมาแปลความหมาย โดยอาจมีจุดประสงค์เพื่อการตรวจสอบ

สารสนเทศ (information) เป็นข้อมูลที่ผ่านการกลั่นกรอง หรือวิเคราะห์ หรือสังเคราะห์ ให้ข้อมูลเกิดการตกผลึก มีการแปลงรูปของบันทึกและข้อมูลให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจมากขึ้น เช่น การรวบรวมยอดขายในแต่ละวัน ว่าช่วงเวลาใด หรือสินค้าใดขายดีมีลูกค้าเข้าร้านมากหรือน้อย ระดับของปริมาณฝนที่ตกในรอบปี ว่าเดือนไหนมีฝนตกชุกหรือฝนตกน้อย เป็นต้น

ความรู้ (knowledge) จะเป็นสารสนเทศที่มีกระบวนการคิดหรือเรียบเรียงกันจากสารสนเทศต่างๆ แปลงสภาพให้พร้อมใช้งานหรือช่วยในการตัดสินใจกับงานต่าง ๆ เช่น เมื่อเห็นข้อมูลการขายในแต่ละช่วงเวลาแล้วก็ทำการกำหนดจำนวนพนักงานขายให้มีจำนวนมากขึ้นในช่วงที่ถูกค้าเข้าร้านเยอะ และลดจำนวนพนักงานลงในช่วงที่ไม่ค่อยมีลูกค้า การวางแผนการปลูกพืชในช่วงที่มีน้ำฝนตกสม่ำเสมอ ทำให้เกิดผลผลิตคุณภาพสูง เป็นต้น

ปัญญา (wisdom) จะเป็นความรู้ที่มีอยู่ มาคิดหรือต่อ ยอดทำให้เกิดคุณค่าหรือคุณประโยชน์มากขึ้น เช่น การให้ส่วนลดหรือลดราคาสินค้าเป็นพิเศษในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าร้าน

น้อยทำให้ช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมากที่สุด ถูกเฉลี่ยมาช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าใช้บริการน้อย ช่วยลดปัญหาการร้องเรียนการรอคิวชำระเงินนานได้ การทำระบบชลประทานในการรองรับหรือจ่ายน้ำในช่วงฤดูแล้งไม่ให้ขาดแคลน เป็นต้น

ยูนุซ ทินนะลักษณะ (2549) กล่าวว่า ภูมิปัญญา เป็นความรู้ที่สำคัญมาก คือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์เฉพาะตัว ความรู้ประเภทนี้ เป็นความรู้ที่หากผู้ได้รับการถ่ายทอดไม่มีประสบการณ์ในลักษณะคล้ายกัน หรือไม่มีประสบการณ์อย่างเดียวกันมาก่อน ก็ไม่สามารถเข้าใจได้

ตามแนวคิดของพุทธศาสนา ปัญญาคือการรู้เท่าทันทุกสิ่งทุกอย่าง ตามสภาพความเป็นจริง ตามธรรมชาติที่มีเงื่อนไขซับซ้อน ปัญญาจะเกิดขึ้นได้จากการสะสมประสบการณ์ และประสบการณ์สำคัญจะเกิดได้ หลังจากการผ่านกระบวนการพัฒนาทางจิต และปัญญาในระดับหนึ่งแล้ว ปัญญาจึงมีความสำคัญกว่าความฉลาด

ประพนธ์ ผาสุขยืด (2550ข) ได้เปรียบเทียบความรู้ทั้ง 2 ชนิดไว้อย่างเห็นชัดเจนดังนี้ ความรู้ชัดเจนหรือเปิดเผย เป็นความรู้วิชาการ หลักวิชา ทฤษฎี (theory) ปฏิบัติ เป็นความรู้มาจากการสังเคราะห์หิวจัย ใช้สมอง (intellectual) และเป็นกฎเกณฑ์ วิธีการขั้นตอนที่ผ่านการพิสูจน์ ในขณะที่ความรู้ที่ ผ่องลัก เป็นลักษณะภูมิปัญญา เคล็ดวิชา เป็นความรู้จากการปฏิบัติ หรือประสบการณ์ เป็นความรู้มาจากการพิจารณา ใช้ปัญญา (intelligence) และเป็นเทคนิคเฉพาะคือเป็นลูกเล่นของแต่ละคน

จากคำอธิบายดังกล่าวมาแล้ว จะใช้คำอธิบายและความหมายของความรู้ตามแนวทางของ โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) เป็นหลัก

2.2.2 การสร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้

ผู้บริหารระดับสูงมีหน้าที่สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ที่เป็น “ความรู้แห่งชีวิต” หรือความรู้หลักขององค์กร สำหรับใช้เป็นเข็มทิศในการจัดการความรู้ขององค์กร การจัดการวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ ต้องไม่ใช่เพียงแค่สร้าง แต่จะต้องเรียงร้อยร้อยคำให้กินใจ และเข้าใจได้ง่าย แล้วสื่อสารให้เป็นที่รับรู้และซาบซึ้ง จนเกิดเป็นความเชื่อและค่านิยมร่วมกันทั่วทั้งองค์กร วิสัยทัศน์ดังกล่าวต้องมีความชัดเจนในระดับที่เหมาะสม คือ ชัดเจนในระดับที่มองเห็นทิศทางและขอบเขตร่วมกันได้อย่างชัดเจน แต่ก็ไม่ชัดหรือมีรายละเอียดมากเกินไป จนทำให้ปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน วิสัยทัศน์ดังกล่าวจะต้องเปิดโอกาสให้พนักงานในแต่ละหน่วยย่อยร่วมกันตีความนำไปสู่วิสัยทัศน์และพันธกิจของหน่วยย่อยภายใต้ร่มของวิสัยทัศน์ภาพรวม ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันทุ่มเท ที่จะทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์นั้น ตัวอย่างวิสัยทัศน์ความรู้ขององค์กร ได้แก่ ของ สกว. วิสัยทัศน์ความรู้คือ “การจัดการงานวิจัย” สกว. จะเสาะหา สร้างสรรค์ และประยุกต์ใช้ความรู้ด้านการจัดการงานวิจัย เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กรคือ “สร้างสรรค์ปัญญาเพื่อพัฒนา

ประเทศ” วิทยุทัศน์ความรู้ของ ศคส. ก็คือ “การจัดการความรู้” ศคส. จะเสาะหา สร้างสรรค์ และ ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ “เป็นองค์กรหลัก ในการขับเคลื่อนขบวนการจัดการความรู้ในสังคมไทย”

2.2.3 สร้างทีมจัดการความรู้ขององค์กร

การจัดการความรู้เริ่มที่ตัวบุคคลเป็นคน ๆ แต่ในที่สุดแล้วต้องดำเนินการเป็นทีม และเป็นระบบทั่วทั้งองค์กร จึงจะเกิดพลังของการจัดการความรู้อย่างเต็มที่ และสมาชิกขององค์กรจะต้อง เข้าใจบทบาทของตนเองในด้านการจัดการความรู้ ทีมจัดการความรู้ขององค์กร ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

2.2.3.1 ผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติการ

2.2.3.2 วิศวกรความรู้ ได้แก่ พนักงานที่เป็นผู้บริหารระดับกลาง

2.2.3.3 ผู้บริหารความรู้ ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงสุด

ผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ (knowledge practitioner) คือ ผู้จัดการความรู้ตัวจริง ทำหน้าที่หลัก เกี่ยวกับความรู้ 4 ประการคือ การเสาะหา (acquire) สร้าง (create) สั่งสม (accumulate) และใช้ (exploit) ความรู้ ผู้ปฏิบัติจัดการความรู้ประกอบด้วยคน 2 กลุ่ม คือ ผู้ปฏิบัติ (knowledge operator) กับ ผู้เชี่ยวชาญความรู้ (knowledge specialist) ผู้ปฏิบัติเป็นผู้ทำงานหลักขององค์กร และสั่งสม ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานนั้น ความรู้ที่เกิดขึ้นในตัวพนักงานเหล่านี้จะอยู่ในรูปของทักษะ บทบาทหลักของการจัดการความรู้ในองค์กรของคนเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้ฝังลึก ของตนเอง และขององค์กรเป็นส่วนใหญ่ การจัดการความรู้ของผู้ปฏิบัติเน้นที่ขั้นตอนการเอาความรู้ที่เปิดเผย ชัดแจ้งมาปฏิบัติ (internalization) และนำเอาความรู้ฝังลึกของตนมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน (socialization)

ผู้เชี่ยวชาญความรู้ ทำหน้าที่เกี่ยวกับความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง และสามารถนำไปเก็บไว้ใน คอมพิวเตอร์ให้ค้นหา จัดหมวดหมู่ และจัดส่งให้แก่ผู้ปฏิบัติได้ง่าย เนื่องจากการวิจัยและพัฒนาเป็น การสร้างความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนาทั้งหมดจึงถืออยู่ในกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญความรู้ด้วย ผู้เชี่ยวชาญความรู้ทำหน้าที่สร้างความรู้ที่ชัดแจ้งจากความรู้ฝังลึก (externalization) และนำความรู้ที่ชัดแจ้งมาสังเคราะห์จัดหมวดหมู่หรือสร้างเป็นความรู้ที่ยกระดับ ขึ้น (combination)

2.2.4 วิศวกรความรู้ (Knowledge Engineer)

วิศวกรความรู้ เป็นภารกิจของผู้บริหารระดับกลาง หน้าที่หลักคือการตีความและแปลง ความรู้ฝังลึกให้เป็นความรู้ที่เปิดเผย จับต้องได้ และนำไปปฏิบัติได้ง่าย วิศวกรความรู้ทำหน้าที่

เชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงานระดับปฏิบัติ โดยตีความวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ขององค์กรที่ผู้บริหารระดับสูง “ยกร่าง” ขึ้น และอยู่ในสภาพที่เป็นความรู้ฝังลึก ไม่ชัดแจ้ง ให้เป็นความรู้ที่เปิดเผยชัดแจ้ง สอดคล้องกับงานของพนักงานระดับปฏิบัติ เอามาพูดคุยทำความเข้าใจกับพนักงานระดับปฏิบัติ เพื่อให้พนักงานระดับปฏิบัติเกิดวิสัยทัศน์ความรู้ของตนในระดับบุคคล และในระดับทีมงานหรือหน่วยงานย่อย วิสวกรความรู้จึงแสดงบทบาทหลักในการ externalize ความรู้ฝังลึกออกมาเป็นความรู้ชัดแจ้งนอกจากนั้น วิสวกรความรู้ยังมีหน้าที่หลักอีก 3 ประการ โดยที่ทั้ง 3 หน้าที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการหมุนวงจรระดับความรู้ในลักษณะของ “เกลียวความรู้” (knowledge spiral) เกลียวความรู้แรกคือเกลียวของวงจร SECI (Socialization, Externalization, Combination and Externalization) เกลียวที่ 2 คือ เกลียวความรู้ข้ามระดับชั้นภายในองค์กร คือเชื่อมระหว่างระดับล่าง ระดับกลาง และระดับบน ขององค์กร เกลียวที่ 3 เป็นเกลียวความรู้ข้ามหน่วยงาน ข้ามภารกิจภายในองค์กร เช่น เชื่อมต่อระหว่างฝ่ายขาย ฝ่ายบริการหลังการขาย ฝ่ายบัญชี ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายผลิต เป็นต้น

2.2.5 ผู้บริหารความรู้ ทำหน้าที่ 3 ประการ คือ

2.2.5.1 กำหนดเป้าหมายขององค์กร ในที่นี้หมายถึงเป้าหมายภาพใหญ่ของการจัดการความรู้ขององค์กร คือ กำหนดวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการจัดการความรู้ขององค์กรนั่นเอง

2.2.5.2 สร้างบรรยากาศและกฎเกณฑ์กติกาขององค์กรให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

2.2.5.3 คอยจับ “ความรู้ที่ทรงคุณค่า” ที่พัฒนาขึ้นในกระบวนการเกลียวความรู้ (knowledge spiral) ขององค์กร ในลักษณะของการ “ผุดบังเกิด” (emergence) เป็น “ภาพใหม่” (new paradigm) ของความรู้ และนำมาสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตีความต่อเนื่อง เกิดบรรยากาศที่นำดินแดน ไร่ใจ และภาคภูมิใจ

ผู้บริหารความรู้ควรมีคุณสมบัติและความสามารถ 7 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถในการเรียงร้อยร้อยคำ และสื่อสารวิสัยทัศน์ความรู้ให้กินใจและเกิดความมุ่งมั่นทั่วกันภายในองค์กร ในลักษณะที่เรียกว่าเกิด sense of direction

2. ความสามารถในการสื่อสารวิสัยทัศน์ความรู้ และวัฒนธรรมองค์กร ไปสู่สมาชิกของ Project Team

3. ความสามารถในการประเมินคุณภาพของความรู้ที่สร้างขึ้นในกระบวนการจัดการความรู้ขององค์กรทั้งนี้ โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดภายในองค์กร

4. ความสามารถในการเลือกคนสำหรับทำหน้าที่ผู้นำของ Project Team

5. ทักษะในการ “สร้างความปั่นป่วนอย่างสร้างสรรค์” (creative chaos) ให้แก่ Project Team เช่น การกำหนดเป้าหมายที่ยากและท้าทาย

6. ทักษะในการเข้าไปร่วมกระบวนการจัดการความรู้กับพนักงานระดับกลางและระดับล่าง เพื่อสร้างความมุ่งมั่นเอาใจจริงเอาใจ (Commitment) ของการจัดการความรู้

7. ความสามารถในการจัดการภาพรวมของการจัดการความรู้ขององค์กร สร้างบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเข้มข้นในกลุ่มพนักงานระดับล่าง

บรรยากาศที่สำคัญที่สุดคือสภาพที่พนักงานสามารถหาประสบการณ์ตรงสำหรับใช้ในการทำงาน คือเน้นที่ความรู้จากประสบการณ์ตรง ไม่ใช่ความรู้จากตำรา (ไม่ปฏิเสธหรือละเลยความรู้จากตำรา แต่เน้นความรู้จากประสบการณ์ตรงมากกว่า) ประสบการณ์ตรงมาจากการสัมผัสโดยตรงด้วยตนเอง เช่น ไปดูงาน ไปพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และที่สำคัญที่สุดได้ทดลองหรือฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง ดังนั้น ความรู้ที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ต้อเน้นเป็นพิเศษคือ ความรู้ฝังลึก และกระบวนการที่เน้นคือ socialization ความรู้ที่เกิดจากการสัมผัสกับภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ผู้ทำธุรกิจกับองค์กร เป็นความรู้ที่สำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและการดำรงอยู่ขององค์กร จึงเป็นความรู้จากประสบการณ์ตรงที่สำคัญยิ่ง ควบการจัดการความรู้ไปกับการพัฒนาสินค้า หรือรูปแบบการทำงานใหม่ ๆ

ในทางธุรกิจของต่างประเทศ การจัดการความรู้มักควบคู่หรือสัมพันธ์อย่างแนบแน่นอยู่กับการพัฒนาสินค้าตัวใหม่ หรือพัฒนาวิธีการผลิต แต่ในองค์กรที่มีเป้าหมายเชิงสังคม หรือด้านบริการ การจัดการความรู้ควรควบคู่หรือแนบแน่นอยู่กับการพัฒนาคุณภาพงาน หรือพัฒนาประสิทธิผล (effectiveness) ของงาน ซึ่งในการจัดการสมัยใหม่เรานิยามคำว่าประสิทธิผลว่าหมายถึง เป้าหมาย 4 ประการ คือ

1. ตอบสนองตรงเป้าหมาย (Responsiveness) ของลูกค้า และตรงเป้าหมายขององค์กร
2. มีนวัตกรรม (Innovation)
3. มีการพัฒนาและใช้ศักยภาพ (Competency) อย่างเต็มที่
4. มีประสิทธิภาพ (Efficiency)

2.2.6 การจัดการองค์กรแบบใช้พนักงานระดับกลางเป็นพลังขับเคลื่อนหลัก

ในตำราด้านการจัดการ ได้กล่าวถึงวิธีการจัดการแบบ “บนลงล่าง” (top-down) กับแบบ “ล่างขึ้นบน” (bottom-up) แต่ โนนากะ และทาเคอุชิ แนะนำว่ารูปแบบของการจัดการองค์กร ที่เหมาะสมต่อการจัดการความรู้คือแบบ “กลาง-ขึ้น-ลง” (middle-up-down) ซึ่งเน้นการใช้พนักงานหรือผู้บริหารระดับกลางเป็นพลังหลักในการขับเคลื่อน โดยที่พนักงานระดับกลางจะเป็นผู้เชื่อมโยงวิสัยทัศน์หรือความฝันของผู้บริหารระดับสูง เข้ากับความเป็นจริงหรือการปฏิบัติของพนักงานระดับล่าง ในตำราบริหารของโลกตะวันตก มักกล่าวว่าผู้บริหารระดับกลางเป็นพนักงานกลุ่มที่เรียกว่า “เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์” แต่ โนนากะ และทาเคอุชิ เชื่อในทางตรงกันข้าม คือในยุค

ของการจัดการความรู้ ผู้บริหารระดับกลางจะเป็นกำลังหลักในการเชื่อมโยงให้เกิดการจัดการความรู้ที่ทรงพลัง และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร

2.2.7 เปลี่ยนโครงสร้างองค์กรไปเป็นแบบหลายมิติ (Hypertext)

องค์กรแบบหลายมิติ หมายถึง องค์กรที่มีหลายบริบท (context) อยู่ในเวลาเดียวกัน (hyper+context) ในแต่ละบริบทมีพนักงานทำงานของตนเต็มเวลา และมีการกิจอยู่ในบริบทเดียว ในที่นี้มี 3 บริบท หรือ 3 “ชั้น” อยู่ด้วยกัน มีการจัดการความรู้หมุนเวียนอยู่ระหว่างชั้น ทำให้เกิดการเกื้อกูลส่งเสริมซึ่งกันและกัน เกิดการจัดการความรู้ที่ทรงพลัง 3 ชั้น หรือ 3 บริบท ขององค์กร Hypertext ได้แก่

2.2.7.1 ชั้นหรือบริบทของระบบงานตามปกติ เป็นรูปแบบองค์กรแบบพีระมิด หรือ bureaucracy

2.2.7.2 ชั้นหรือบริบทของ Project Team ซึ่งทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วสลายตัวกลับสู่ระบบงานตามปกติ แต่ในช่วงของ Project Team สมาชิกของทีมทำงานเต็มเวลาให้แก่ Project Team ซึ่งสมาชิกของทีมรายงานต่อหัวหน้าปกติด้วยและต่อหัวหน้าทีมด้วย ในบริบทนี้การจัดการองค์กรจะเป็นรูปพีระมิดหัวกลับ

2.2.7.3 ชั้นหรือบริบทฐานความรู้ (Knowledge-base) ทำหน้าที่คอยสกัด รวบรวม และสังเคราะห์ ขยะระดับความรู้ที่เกิดขึ้นจาก 2 บริบทข้างต้นให้มีความหมายต่อองค์กรยิ่งขึ้น และอำนวยความสะดวกในการดำเนินการจัดการความรู้ของพนักงานทุกระดับและทุกบริบท

2.2.8 สร้างเครือข่ายความรู้กับโลกภายนอก

การสร้างเครือข่ายความรู้กับโลกภายนอก ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานหลักขององค์กร น่าจะมี 3 ประเด็นต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

2.2.8.1 การมีระบบการรับรู้และตรวจสอบข่าวสารความก้าวหน้าของความรู้ในลักษณะของ intelligence

2.2.8.2 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับภาคีหรือเครือข่ายที่มุ่งทำประโยชน์หรือทำความดีให้แก่สังคม

2.2.8.3 การเชื่อมโยงและ “สกัด” ความรู้จากลูกค้าหรือผู้ให้บริการ โดยเฉพาะความรู้ฝังลึกที่เกิดจากการบริโภคสินค้าหรือใช้บริการขององค์กร

โนนากะ และทาเคอุชิ กล่าวไว้ว่า ความรู้ที่เป็นนัย ๆ มีสองมิติ คือ ทางเทคนิคกับทางกรเข้าใจ มิติทางเทคนิค คือ ที่ตีวงรอบสารสนเทศและความเชี่ยวชาญหรือฝีมือที่เราเรียกรวมว่า “know-how” มันคือ ความเชี่ยวชาญที่ช่างฝีมือสะสมไว้จากประสบการณ์หลาย ๆ ปี ส่วนมิติ

ทางการเข้าใจประกอบไปด้วย แบบแผน ตัวแบบทางจิตใจ ความเชื่อ และการเข้าใจที่เสนอมุมมองของความเป็นจริง (มันคืออะไร) และ ทักษะของอนาคต (มันจะเป็นอย่างไร) และรูปร่างที่เราเข้าใจโลกรอบ ๆ ตัวเรา ความรู้ที่เป็นนัย ๆ มักเป็น ความรู้ที่สำคัญสุดในองค์กร เพราะมันจำเป็นต่อการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ ๆ โดยกล่าวไว้ว่า ความรู้ใหม่ ๆ ขององค์กรเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ของความรู้ที่เป็นนัย ๆ กับที่เป็นที่ประจักษ์ในกระบวนการเปลี่ยนแปลง แบบเป็นเกลียว ซึ่งประกอบด้วยสี่ขั้นตอนข้างล่างนี้

ขั้นที่ 1 การคบหาสมาคม (socialization) แบบเป็นนัย ๆ เป็น แบบเป็นนัย ๆ ในขั้นตอนนี้ปัจเจกชนแบ่งปันความรู้แบบเป็นนัย ๆ ด้วยการอยู่ร่วมกันพิจารณาซึ่งกันและกันและอยู่อาศัย ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน กฎของขั้นตอนนี้คือประสบการณ์ “การฝึกงานกับหัวหน้าและ เรียนรู้ฝีมือทางช่างไม่ได้ผ่านทางกระดาษหนังสือแต่ผ่านทางสังเกตการณ์ การเลียนแบบ และการ กระทำ” พนักงานใหม่เรียนรู้จากพนักงานที่มีประสบการณ์ผ่านทาง การเรียนรู้ระหว่างฝึกงาน ใน ญี่ปุ่น สอนด้าใช้แคมป์ “การระดมสมอง” นอกสถานที่อย่างไม่เป็นทางการที่เรียกว่า tema dashi kai เพื่อให้บรรลุการแลกเปลี่ยนความรู้แบบเป็นนัย ๆ แบบนี้ เพื่อที่จะแก้ไขปัญหายาก ๆ ในการพัฒนาผลผลิต

ขั้นที่ 2 การทำให้เป็นเรื่องภายนอก (externalization) แบบเป็นนัย ๆ เป็นแบบที่ประจักษ์ชัด ระหว่างขั้นตอนนี้ ความรู้แบบเป็นนัยที่ได้มาในขั้นตอนที่หนึ่งถูกแสดงในรูปแบบที่เข้าใจได้กว้าง ๆ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการสร้างสรรค์ความรู้ เพราะเป็นขั้นตอนที่ความรู้แบบเป็นนัย ๆ ถูกเปลี่ยนเป็นความรู้ที่ประจักษ์ โดยผ่านทาง การใช้การอุปมา การเปรียบเทียบ และตัวแบบ

ขั้นที่ 3 การผสมผสาน (combination) แบบที่ประจักษ์เป็นแบบที่ประจักษ์ ระหว่างขั้นตอนนี้ ความรู้แบบที่ประจักษ์ต่าง ๆ ถูกผสมผสานกันผ่านทาง การพูดคุยทางโทรศัพท์ การแลกเปลี่ยนเอกสาร การประชุม การจัดพวก การเพิ่มเติม การผสมผสาน และการจัดประเภทความรู้แบบที่ประจักษ์ในฐานข้อมูลในคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

ขั้นที่ 4 การทำให้เป็นภายใน (internalization) แบบที่ประจักษ์เป็นแบบเป็นนัย ๆ ทำยที่สุด ความรู้แบบที่ประจักษ์จากขั้นตอนที่ 3 จะถูกแปลงสภาพอีกครั้งเป็นความรู้แบบเป็นนัย ๆ กระบวนการนี้จะช่วยได้ถ้าความรู้แบบที่ประจักษ์ถูกรวมเข้าด้วยกันอยู่ในรูปเอกสาร คู่มือการใช้งาน หรือคำบอกเล่า เพราะการทำให้เป็นเอกสารช่วยให้ปัจเจกชนทำให้สิ่งที่เขาประสบมากลายเป็นเรื่องภายใน จึงช่วยเพิ่มความรู้แบบเป็นนัย ๆ นอกจากนี้ เอกสารหรือคู่มือการใช้งาน ช่วยอำนวยความสะดวกการถ่ายโอนความรู้แบบที่ประจักษ์ให้กับบุคคลอื่น และจึงช่วยพวกเขาให้ได้รับรู้ประสบการณ์จากผู้อื่นทางอ้อม ถ้าการอ่านหรือการฟังเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จทำให้สมาชิก

บางคนขององค์กรรับรู้ถึงความเป็นจริงและสาระสำคัญของเรื่องราว ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตอาจเปลี่ยนตัวแบบทางจิตใจแบบเป็นนัย ๆ ความรู้แบบเป็นนัย ๆ ใหม่ ๆ นั้นจะสามารถแบ่งปัน กันผ่านทางการคบหาสมาคม ทำให้เป็นแบบประจักษ์ผ่านทางการทำให้เป็นเรื่องราวภายนอก ฯลฯ วงจรการสร้างสรรค์ความรู้จะดำเนินเช่นนี้ไป

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนได้ชี้แนะทางของ การจัดการความรู้ในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมมนุษย์ โดยการเน้นเรื่องการแบ่งปันความรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญของการจัดการความรู้

2.3 แบบจำลองการจัดการความรู้

แบบจำลองในการใช้เพื่อการจัดการความรู้ในลักษณะที่เป็นเกี่ยวข้องกับคน กับงาน และวัฒนธรรม ที่นิยมใช้มีหลายแบบ แต่ในที่นี้ยกตัวอย่างมาสามแบบ คือ

1. แบบจำลองการสร้างความรู้แบบ Socialization Externalization Combination and Internalization (SECI)
2. แบบจำลองการจัดการความรู้ไม่รู้จบ
3. แบบจำลองการจัดการความรู้ 3 มิติ

2.3.1 แบบจำลอง SECI การสร้างและนำความรู้ไปใช้

โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) ได้สร้างแบบจำลอง SECI-Knowledge Conversion Process ซึ่งตีพิมพ์ในหนังสือชื่อ “The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation” ต่อมาแบบจำลองดังกล่าวนี้ได้สร้างกระแสการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการนำเสนอโมเดลการสร้างองค์ความรู้ ด้วยการขยายผลจากชนิดของความรู้คือ ความรู้ฝังลึก ซึ่งฝังอยู่ในตัวคน กับความรู้ที่สามารถหาได้จากสื่อภายนอกหรือที่เรียกว่าความรู้ชัดแจ้ง ดังแสดงในภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 แบบจำลอง SECI (Socialization Externalization Combination and Internalization)

จากแบบจำลอง SECI ดังภาพที่ 2.4 นั้น จะพบว่าแบบจำลอง SECI มีอยู่ทั้งหมด 4 ขั้นตอน ซึ่งในแต่ละขั้นตอน มีความสัมพันธ์กัน และมีความหมาย ดังนี้

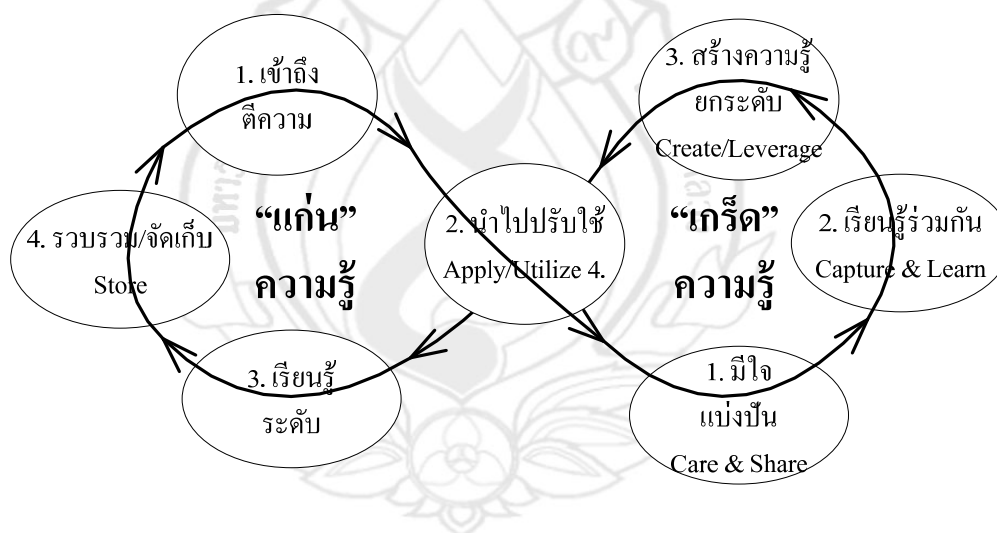
1. การปฏิสัมพันธ์ (Socialization) เป็นการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ระหว่างคน โดยผ่านการเข้ากลุ่ม ชมรม เป็นการแบ่งปันความรู้จากคนสู่คน เช่น ในวาระที่มีการประชุม สัมมนา
2. การเผยความรู้ที่ฝังลึกออกไปเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Externalization) เกิดจากการที่คนมารวมตัวกันเป็นกลุ่มและนำความรู้ที่แต่ละคนมีออกมา เพื่อให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และมีโลกร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ความรู้ในขั้นตอนนี้ ยังไม่มีการรวมกันเป็นกลุ่ม
3. การผสมรวมพลังความรู้หลากหลายสู่การปฏิบัติ (Combination) เป็นการถ่ายโอนความรู้ชัดแจ้ง ไปสู่ความรู้ชัดแจ้ง ในขั้นตอนนี้ จะเป็นการนำความรู้ชัดแจ้งที่เกิดขึ้นในขั้นตอนที่สอง รวมถึงความรู้ที่มีอยู่เดิมด้วยเช่นกัน โดยนำมาจัดเป็นระบบกับความรู้และแนวคิดใหม่ เพื่อให้มีการตกผลึก เกิดเป็นความรู้ใหม่ ที่สามารถนำไปใช้ได้

4. การเก็บซึมซับประสบการณ์ไว้ภายในตน (Internalization) ในขั้นตอนสุดท้ายนี้เป็นการทำความเข้าใจใหม่ที่เกิดขึ้น นำกลับเข้าสู่คลังความรู้ภายในตนเอง ความรู้ที่กลับเข้ามาอยู่ในตนเองจนกลายเป็นความรู้ฝังลึก เมื่อมีการพบปะกับคนอื่นอีก วงจรการแบ่งปันความรู้นี้ ก็จะถูกนำกลับมาใช้ใหม่เรื่อย ๆ ไม่รู้จบ จนเกิดเป็นเกลียวความรู้ในรอบต่อ ๆ ไป

วิจารณ์ พานิช (2552, หน้า 79) กล่าวว่าตามหลักของการจัดการความรู้ ความรู้ที่อยู่นิ่ง ๆ หรืออยู่ในขอบเขตที่จำกัดจะมีพลังน้อย และไม่องอกเงย ไม่พัฒนา แต่เมื่อไรก็ตามมีการเคลื่อนความรู้ข้ามพรมแดน ความรู้จะงอกงาม พัฒนาขึ้นเองโดยอัตโนมัติ พรมแดนความรู้ ได้แก่ พรมแดนระหว่างบุคคล พรมแดนระหว่างกลุ่มคน พรมแดนระหว่างหน่วยงาน พรมแดนระหว่างพนักงานระดับล่าง-กลาง-สูง พรมแดนระหว่างสาขาวิชาการ พรมแดนระหว่างอาชีพ

2.3.2 แบบจำลองวงจรการจัดการความรู้ไม่รู้จบ

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงเกลียวการจัดการความรู้ที่เป็นความรู้ชัดแจ้งอยู่วงด้านซ้าย และความรู้ฝังลึกอยู่วงขวา ซึ่งเป็นเกลียวเช่นกัน และเป็นลักษณะวงจรไม่รู้จบ

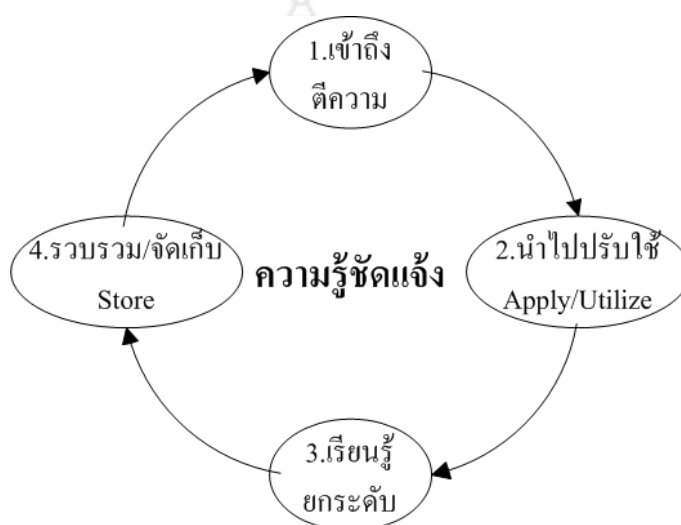


จาก ประพนธ์ ฝาสุกขีต. (2550ก). การจัดการความรู้ จากหลักคิดสู่การปฏิบัติจริง (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ไยไหม.

ภาพที่ 2.5 วงจรการจัดการความรู้ไม่รู้จบ

ประพนธ์ ผาสุขยืด (2550ก) กล่าวว่า วงจรทั้งสองวงนี้ต้องหมุนไปพร้อม ๆ กัน โดยไม่แยกวงซ้าย และวงขวา ให้เป็นอิสระต่อกัน ในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ความรู้สองประเภทนี้ มีการแปรเปลี่ยนสถานะภาพระหว่างกันตลอดเวลา วงจรทั้งสองวงจึงหมุนไปด้วยกัน คือหมุนจากวงซ้ายไขว้ไปสู่ขวา และจากวงขวาหมุนกลับมาสู่วงซ้าย เวียนไปเวียนมา เป็นการหมุนในลักษณะคล้ายกับเลขแปดวางตั้งในแนวนอน ซึ่งก็คือเครื่องหมาย (infinity) และนี่คือวงจรการจัดการความรู้ไม่รู้จบ

เพื่อให้เห็นความรู้ในแต่ละวงชัดเจนขึ้น ดูตัวอย่างดังภาพที่ 2.6-2.7



จาก ประพนธ์ ผาสุขยืด. (2550ก). การจัดการความรู้ จากหลักคิดสู่การปฏิบัติจริง (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ไชยไหม.

ภาพที่ 2.6 เกลียวของการจัดการความรู้แบบชัดแจ้ง

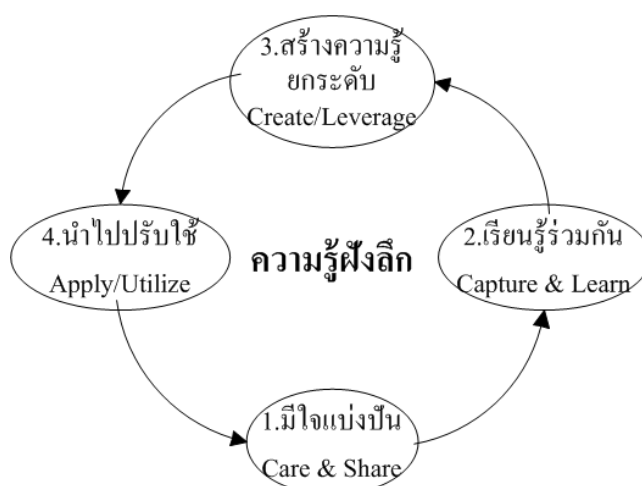
จากภาพที่ 2.6 เป็นการอธิบายถึงกระบวนการของการจัดการความรู้ ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง มีขั้นตอนที่สำคัญอยู่ 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การเข้าถึงและตีความ หมายถึง ความรู้ชัดแจ้งส่วนมากจะเป็นความรู้ที่มีการตกผลึก และบันทึกไว้ในรูปแบบของสื่อต่างๆ เช่น กระดาษ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น การจัดการความรู้ขั้นตอนแรก ก็คือ การที่ต้องสามารถเข้าถึง หรือ สืบค้น

ขั้นตอนที่ 2 นำไปปรับใช้ หมายถึง เข้าถึง หรือ หลังจากเข้าถึง และ สืบค้น ได้ก็มีการนำเอาความรู้นั้นไปประยุกต์ใช้

ขั้นตอนที่ 3 เรียนรู้ ขยะระดับ หมายถึง เมื่อเกิดการประยุกต์ใช้ก็เกิดเป็นการเรียนรู้ และ ขยะระดับหลังจากการได้นำความรู้ไปใช้งาน

ขั้นตอนที่ 4 รวบรวม หรือ จัดเก็บ หลังจากการเรียนรู้ ซึ่งเป็นการยกระดับความรู้ เกิด เป็นการต่อของของความรู้ ก็มีการบันทึก หรือจัดเก็บ หรือรวบรวม ความรู้ที่ต่อของนั้น ลงในสื่อ ต่าง ๆ เพื่อให้สะดวกในการที่จะเข้าถึงความรู้นั้นได้อีก



จาก ประพนธ์ ฝาสุยชัย. (2550ก). การจัดการความรู้ จากหลักคิดสู่การปฏิบัติจริง (พิมพ์ ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ไชโย.

ภาพที่ 2.7 เกลิยของการจัดการความรู้แบบฝังลึก

จากภาพที่ 2.7 เป็นการอธิบายถึงการจัดการความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึก ซึ่งอยู่ในตัวคน ดังนั้น การจัดการความรู้ฝังลึก ประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 มีใจแบ่งปัน หมายถึง ความรู้ฝังลึกเกิดเป็นเกลียว หรือ ขยะระดับได้ จะต้อง เกิดจากคนที่มีความคิดแบ่งปันก่อนเป็นสำคัญ

ขั้นตอนที่ 2 การเรียนรู้ร่วมกัน หมายถึง เมื่อคนมีจิตใจคิดแบ่งปัน ก็จะมีการปฏิสัง สรรค์ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ที่แต่ละคนมี อันนำไปสู่ การยกระดับความรู้ หรือสร้างความรู้ ขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความรู้ หรือการยกระดับความรู้ ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากที่คน มาเรียนรู้ร่วมกัน หรือเป็นกลุ่มพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด

ขั้นตอนที่ 4 การนำความรู้ไปปรับใช้ ขั้นตอนนี้หลังจากมีการแลกเปลี่ยน และได้ความรู้มาเป็นความรู้ใหม่ ก็นำเอาความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้งาน จนเกิดเป็นความชำนาญ ก็จะเกิดการตกผลึกความรู้ และกลายเป็นความรู้ที่สามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้ ก็จะมีการบันทึก เพื่อให้คนอื่น ๆ ได้เข้าถึงต่อไป ก็เป็นเกลียวของความรู้ชัดแจ้ง และเกลียวของการจัดการความรู้ทั้งสองชนิด ดังกล่าว ก็จะประสาน และเคลื่อนไหวไปพร้อมกันในลักษณะเกลียวความรู้ 2 ประเภท คือ ความรู้ฝังลึก และ ความรู้ชัดแจ้ง

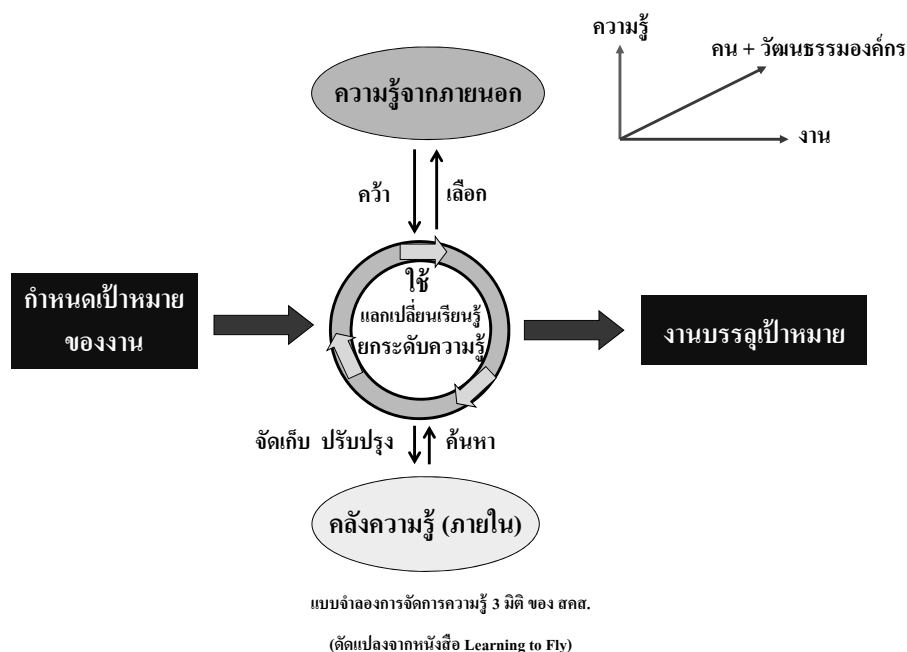
ในแบบจำลอง “Infinity KM” จะเห็นว่าในการจัดการความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึก กระบวนการแบ่งปันเป็นสิ่งที่สำคัญมาก จะเกิดการสร้างและการยกระดับความรู้ และสามารถนำไปใช้ได้ ในขณะเดียวกัน แบบจำลองของ โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) ก็เน้นกระบวนการแบ่งปันเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นในงานวิจัยนี้ได้แนวคิดและใช้กรอบแนวคิดนี้เป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อหาคำตอบให้กับโจทย์วิจัย

ส่วนเครื่องมือที่จะทำอย่างไรให้เกิดกระบวนการแบ่งปันหรือเกิดการสร้างและยกระดับความรู้ซึ่งถือเป็นการจัดการความรู้ นั้น เครื่องมือหนึ่งที่สำคัญและเหมาะสมกับกระบวนการแบ่งปันความรู้คือ การเป็นชุมชนแนวปฏิบัติ (community of practice) เพราะเน้นที่ตัวคนและเกี่ยวพันกับการแบ่งปันความรู้

2.3.3 แบบจำลองการจัดการความรู้ 3 มิติ

การจัดการความรู้ (KM) เป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่จุดหมาย ตัวการจัดการความรู้เองไม่ได้เป็นเป้าหมายตัว KM แต่เป็นกระบวนการที่จะทำให้งานบรรลุผลสัมฤทธิ์ได้ตามต้องการ โดยใช้ความรู้เป็นฐาน อาศัยความรู้เป็นปัจจัยทำให้งานสำเร็จ (ประพนธ์ ฝาสุขยี่ด, 2550ก)

ทั้งนี้ การมองภาพการจัดการความรู้ต้องมองภาพเป็นองค์รวม อ้างตามแบบจำลองการจัดการความรู้ของ สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (2550) ซึ่งดัดแปลงจาก หนังสือ Learning to Fly ดังภาพที่ 2.8 ด้านล่าง ตามภาพแสดงถึงมิติของความเกี่ยวพันของการจัดการความรู้ ใน 3 มิติที่สำคัญ คือ มิติที่หนึ่งคือ มิติด้านความกว้าง แกนแนวนอน ซึ่งเป็นมิติเกี่ยวข้องกับงาน มิติที่สองคือเกี่ยวข้องกับความรู้ และมิติที่สามเป็นมิติด้านความลึก ที่เกี่ยวข้องกับคนและวัฒนธรรมองค์กร



จาก ประพนธ์ ฝาสุขยัต. (2550ก). การจัดการความรู้ จากหลักคิดสู่การปฏิบัติจริง (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ไชยใหม่.

ภาพที่ 2.8 แบบจำลองการจัดการความรู้ 3 มิติ ของสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.)

การจัดการความรู้ เป็นเรื่องที่ต้องผ่านการกระทำ ทั้งนี้เพราะความรู้เกี่ยวข้องกับคนโดยตรงและเกิดจากคน ความรู้จึงเกิดจากทัศนคติ เกิดจากทักษะ ซึ่งได้มาจากการปฏิบัติจริง เมื่อเป็นเช่นนั้น การจัดการความรู้ ต้องการการปฏิบัติจริง และต้องมีเป้าหมายว่าทำไปเพื่อเป้าหมายใด ตัวการจัดการความรู้ เป็นเพียงเครื่องมือ เป้าหมายที่เราจะต้องการ อาจจะเทียบได้ดัง สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม ได้สรุปประสบการณ์ ดังนี้ เช่น

1. ทำ KM เพื่อพัฒนาสมรรถนะสู่ความเป็นเลิศ (Performance excellence)
2. ทำ KM เพื่อพัฒนาคุณภาพและได้การรับรองมาตรฐานโรงพยาบาล (Hospital accreditation)
3. ทำ KM เพื่อพัฒนาขีดความสามารถการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ
4. ทำ KM เพื่อพัฒนาเครือข่ายการถ่ายทอดความรู้เรื่องการดูแลผู้ป่วย เป็นต้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)

ในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของฐานเศรษฐกิจความรู้ (knowledge-based economy) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการนำไปสู่ การสร้างความรู้ การกระจายความรู้ และการใช้ความรู้ที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้สามารถเก็บรวบรวมและจัดการให้มีฐานความรู้ ข้อมูลหรือบุคลากรที่มีศักยภาพสูง ย่อมได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (competitive advantage) สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากความรู้ที่องค์กรแต่ละแห่งมีอยู่จึงเปรียบเสมือนขุมทรัพย์ทางปัญญา ที่มีคุณค่าและแต่ละองค์กรต่างก็มีมูลค่าความรู้อย่างไม่จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการความรู้ด้วยการรวบรวมข้อมูล ทักษะ ความชำนาญและประสบการณ์ของบุคคลหรือความรู้ที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถสร้างเป็นฐานข้อมูลความรู้ขององค์กรโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเกี่ยวข้องในการจัดการข้อมูล ให้สามารถสร้างเป็นระบบการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing system) ได้ก็จะ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการที่ผู้บริหาร ผู้ประกอบการหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องจะสามารถเอาองค์ความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกัน สามารถนำออกมาประยุกต์ใช้ในการทำงานระหว่างกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพได้

นอกจากนี้ มงคลชัย วิริยะพินิจ (2554) ได้กล่าวถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ไว้ว่า คือ การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยความสมัครใจ เพื่อสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวทางการปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ เนื่องจากการแบ่งปันความรู้เปรียบเสมือนวัฒนธรรม ถ้าองค์กรใดมีวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้ ไม่ว่าบุคคลใดจะชอบหรือไม่ชอบก็ตาม แต่ก็จำเป็นต้องแบ่งปันความรู้ เพราะการกระทำดังกล่าวเป็นวัฒนธรรมขององค์กร เป็นสิ่งที่ทุก ๆ คนภายในองค์กรต้องกระทำร่วมกันแบ่งออกได้เป็น 2 ประเด็นสำคัญได้แก่

1. ผู้นำเป็นเหมือนบุคคลที่สำคัญที่สุดในองค์กร และเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อคนอื่น ๆ ได้มากที่สุดภายในองค์กร เพราะฉะนั้นถ้าผู้ที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาได้เห็นว่ามีผู้มีความมุ่งมั่นในเรื่องใดก็ตาม ก็จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคลากรภายในองค์กรเอาใจจริงเอาใจเรื่องนั้น ๆ ตามไปด้วย จนกลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นมา อย่างไรก็ตามการเอาใจจริงเอาใจนี่ถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะผู้นำ หลาย ๆ ท่านสามารถสั่ง ผ่านทางนโยบาย ก่อให้เกิดกลายเป็นวัฒนธรรมขึ้นมาได้ ในการแบ่งปันความรู้ให้เห็นเป็นตัวอย่างนั้นมามีวิธีการทำมากมาย ไม่จำเป็นจะต้องเป็นการ แบ่งปันความรู้ที่ดูเป็นการกระทำอย่างตั้งใจจนเกินไป อาทิ การแบ่งปันความรู้ผ่านการประชุมงาน ผ่านการมอบหมายงาน หรือผ่านการสอนงาน การแบ่งปันความรู้ในที่นี้มีได้หมายความว่า ผู้บังคับบัญชาจะเป็นผู้นำเสนอความรู้หรือความคิดไปยังทุกฝ่ายแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่ควรจะเป็นการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน หรือแม้กระทั่งระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยกันเอง การแบ่งปันความรู้ในที่นี้สามารถ

เป็นการแบ่งปันประสบการณ์ซึ่งกันและกัน และประสบการณ์ดังกล่าวมีจำเป็นจะต้องเป็นประสบการณ์ที่เป็นแต่เรื่องของความสำเร็จแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควรจะเป็นประสบการณ์เกี่ยวกับความผิดพลาด ความล้มเหลวด้วย ผู้บริหารจะต้องใจกว้างพอที่จะกล้ายอมรับความผิดพลาดในการทำงาน เพราะขึ้นชื่อว่าเป็นมนุษย์ไม่มีบุคคลใดที่ไม่เคยผิดพลาดมาก่อน การเริ่มต้นนำองค์ความรู้ในบริบทที่เป็นความผิดพลาดในการทำงานมาแบ่งปันซึ่งกันและกัน จะทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้รู้สึกเปิดใจและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็น หรือเล่าประสบการณ์อย่างตรงไปตรงมา และต้องตระหนักเสมอว่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดนั้นมักจะเป็นบทเรียนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

2. การสร้างทีมงานที่รักใคร่สามัคคีกัน ทีมงานที่รักใคร่สามัคคีกันนั้นจะอยู่กันแบบช่วยเหลือกัน มีการยอมรับซึ่งกันและกัน มีการเมตตากรุณากัน ไม่ได้อยู่กันเพื่อเอาแพ้เอาชนะกัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การแบ่งปันความรู้เป็นไปอย่างจริงใจและตั้งใจ ทำให้บรรยากาศในการทำงานมีความราบรื่น เป็นผลต่อสุขภาพจิตที่ดี ก่อให้เกิดเป็นความสนุกและรักในการมาทำงาน ทำให้มีสติสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการทำงานได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ในทางตรงกันข้ามถ้าหากทำงานร่วมกันอย่างเอาแพ้เอาชนะ ก็จะทำให้ทุกคนในองค์กรหวงแหนองค์ความรู้ของตนเอง เพราะเกรงว่าคนอื่นจะชนะตนหรือจะได้ผลประโยชน์จากการใช้องค์ความรู้ของตน ถ้าเป็นเช่นนี้ผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรจะไม่สามารถสร้างประสิทธิภาพและพัฒนานวัตกรรมทางการทำงานได้อย่างซ้ำ ๆ เพราะทุกคนคิดแต่จะเอาตนเองให้อยู่รอดแต่เพียงฝ่ายเดียว

ดังนั้นการแบ่งปันความรู้ควรเริ่มที่ผู้บริหารเสียก่อน เริ่มจากการปรับทัศนคติ วิสัยคิด และบุคลิกภาพให้เอื้อต่อการทำงานเป็นทีม เพราะการพยายามทำให้ทีมงานมีความรักใคร่สามัคคีกันก็ถือเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรอย่างหนึ่ง เพราะฉะนั้นถ้าต้องการให้บุคคลในทีมงานรักใคร่ปรองดองกัน ผู้บริหารจะต้องแสดงให้เห็นถึงความปรารถนาดีอย่างจริงจัง พร้อมทั้งจะร่วมทำงานร่วมฝ่าฟันอุปสรรคไปกับทุกคนภายในองค์กร

สำหรับแนวคิดของ สุวรรณา วิริยะประยูร (2550) ได้ให้นิยามการแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หมายถึง พฤติกรรมการถ่ายทอดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ ระหว่างพนักงานคนหนึ่งกับเพื่อนพนักงานคนอื่น ๆ หรือเพื่อนร่วมวิชาชีพภายในองค์กร ซึ่งอาจทำโดยผ่านการเป็นวิทยากร การตอบคำถาม การเผยแพร่เอกสารและอื่น ๆ หากองค์กรมีระบบการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงานด้วยกันอย่างมีระบบ จะช่วยลดความซ้ำซ้อน ลดเวลาในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ และหากมีการเผยแพร่สู่แนวปฏิบัติในการทำงานที่ดี (best practice) ข้อมูลมี

ความน่าเชื่อถือได้ มีระบบจัดเก็บองค์ความรู้เป็นอย่างดี ก็จะสามารถเข้าถึงและค้นหาได้โดยง่าย ยิ่งจะทำให้พนักงานสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

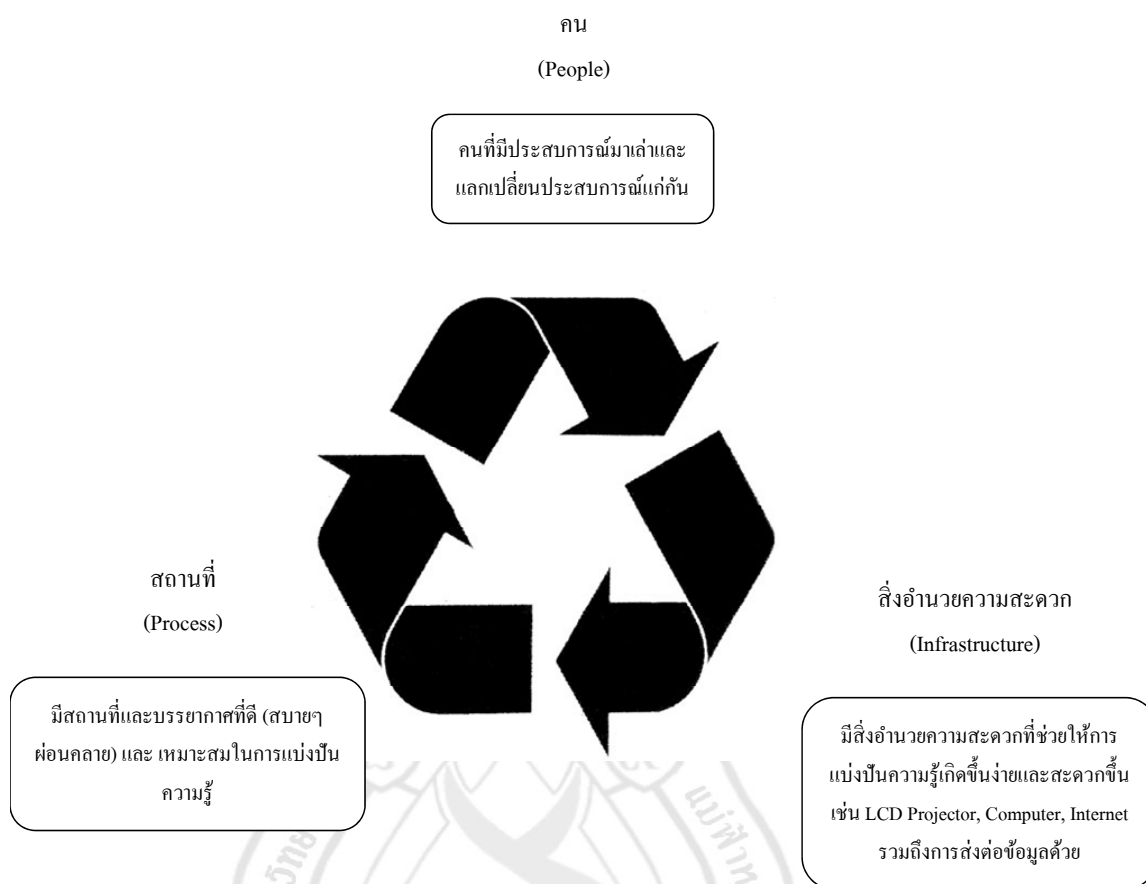
โดยมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ๆ 3 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่

1. คน ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งศูนย์รวมของความรู้ที่สมควรนำออกมาแบ่งปันซึ่งกันและกันเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะบุคคลที่มีความรู้จากการปฏิบัติงานจริง และต้องการจะแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ นั้น ด้วยความเต็มใจ

2. สถานที่ และบรรยากาศ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีชีวิตชีวาและน่าสนใจยิ่งขึ้น เพราะสถานที่และบรรยากาศที่ดี (สบาย ๆ ผ่อนคลาย) มีความเหมาะสมสำหรับแต่ละกลุ่มคนที่แตกต่างกัน การทำให้กลุ่มคนเหล่านั้นได้มีโอกาสมาพูดคุย ปรีกษา วิเคราะห์ปัญหา แบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันอย่างสบายใจ จะสามารถช่วยลดความขัดแย้งและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันได้

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกิดขึ้นได้ง่ายและสะดวกขึ้น เช่น กระดานสำหรับเขียน คอมพิวเตอร์ สำหรับการสรุปและจัดเก็บความรู้รวมถึงการแบ่งปัน (share) หรือระบบออนไลน์ในการส่งต่อข้อมูลเชื่อมโยงซึ่งกันและกันได้

องค์ประกอบหลักของการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)



จาก เคเอ็มอินบิซซิเนส (KMinBusiness). (2009). การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge sharing) คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2554, จาก <http://kminbusiness.wordpress.com/2009/12/26>

ภาพที่ 2.9 องค์ประกอบหลักของการแบ่งปันความรู้ ของ KMinBusiness

อย่างไรก็ดีการที่จะทำให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้นั้นประสบความสำเร็จ และใช้ประโยชน์ได้จริง ก็ควรคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ ๆ ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีประสิทธิผล (effective knowledge sharing) ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญ 6 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. กำหนดเป้าหมายการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ชัดเจนและสัมพันธ์กับเป้าหมายทางธุรกิจ
2. สร้างผู้นำที่เป็นแบบอย่าง
3. สร้างเครือข่ายของผู้มีความรู้จากการปฏิบัติ (Human networks)

4. กำหนดวิธีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เหมาะกับวัฒนธรรมองค์กร
5. แบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่นำไปใช้ในงานประจำวันได้
6. สร้างแรงจูงใจที่สนับสนุนการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้



จาก เคเอ็มอินบิซซิเนส (KMinBusiness). (2009). การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge sharing) คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2554, จาก <http://kminbusiness.wordpress.com/2009/12/26>

ภาพที่ 2.10 ปัจจัยหลักของการแบ่งปันความรู้ ของ KMinBusiness

ดังนั้นจากความหมายอันหลากหลายของการแบ่งปันความรู้ สามารถสรุปได้ว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการจัดการความรู้ในด้านต่าง ๆ ซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ให้สามารถแบ่งปันและเรียนรู้ร่วมกันได้ ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลักที่สำคัญได้แก่ คน สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งดำเนินกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยพิจารณา 6 ปัจจัยหลัก คือ (1) กำหนดเป้าหมายการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ชัดเจนและสัมพันธ์กับเป้าหมายทางธุรกิจ (2) สร้างผู้นำที่เป็นแบบอย่าง (3) สร้างเครือข่ายของผู้มีความรู้จากการปฏิบัติ (4) กำหนดวิธีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เหมาะกับวัฒนธรรมองค์กร (5) แบ่งปันและ

แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่นำไปใช้ในงานประจำวันได้ และ (6) สร้างแรงจูงใจที่สนับสนุนการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้วยการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สุดได้

2.5 ชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP)

ชุมชนนักปฏิบัติหรือที่ธนาคารโลกใช้คำว่า Thematic Group (วิจารณ์ พานิช, 2549) CoP จัดเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน เพื่อใช้ในการแบ่งปันความรู้และเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการปฏิบัติเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

เป้าหมายของชุมชนแนวปฏิบัติมี 2 ด้าน คือด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยตรง กับการเกิดชุมชนหรือมิตรไมตรีระหว่างสมาชิกชุมชนนักปฏิบัติที่เข้มแข็งและมีสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างเป้าหมายทั้งสองด้าน ซึ่งความเหมาะสมขึ้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือรายละเอียดของหลายด้าน (วิจารณ์ พานิช, 2549)

แนวคิดและชื่อที่เรียก ชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) เกิดจากความริเริ่มของ ลาฟ และเวนเจอร์ (Lave & Wenger) ในปี ค.ศ. 1991 เวนเจอร์นับว่าเป็นผู้บุกเบิกเกี่ยวกับการจัดการความรู้และชุมชนแนวปฏิบัติ ด้วยงานวิจัยคุณานิพนธ์ เน้นในประเด็นการแบ่งปันความรู้ ดังนั้น CoP จึงเป็นแนวทางที่สำคัญเมื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของกลุ่มหอการค้าภาคเหนือตอนบน ผู้วิจัยขอสรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับ CoP จากแนวคิดของ เวนเจอร์ แยกเป็นสามส่วนคือ ธรรมชาติของการรู้ รูปแบบของ CoP และองค์ประกอบพื้นฐานของ CoP (เวนเจอร์ และชไนเดอร์, 2000, อ้างถึงใน พูลลาภ อุทัยเลิศอรุณะ, 2004) ดังนี้

ธรรมชาติของการรู้ เป็นประเด็นที่สำคัญ ที่เป็นการท้าทายของความรู้ ธรรมชาติดังกล่าวพิจารณาได้ในแง่ที่ความรู้แฝงอยู่ในการกระทำของมนุษย์ที่มาจากความรู้ ความรู้มีทั้งแบบฝังลึกและแบบชัดแจ้ง ความรู้เป็นทั้งภาวะทางสังคมและภาวะปัจเจกบุคคล ความรู้เป็นพลวัตด้วยธรรมชาติ การรู้ดังกล่าวจึงเป็นการท้าทายต่อการจัดการความรู้ ทั้งนี้เพราะเมื่อเป็นไปตามธรรมชาติดังกล่าวมาแล้ว การท้าทายก็คือการที่ความรู้ไม่ใช่วัตถุที่สามารถจัดเก็บเป็นเจ้าของและเคลื่อนไหวได้เหมือนกับเครื่องมือหรือเอกสาร แต่แฝงอยู่ในทักษะ ความเข้าใจและระหว่างสมาชิกในชุมชน อีกทั้งยังแฝงอยู่ในเครื่องมือ ความเข้าใจ และกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งประกอบกันจนกลายเป็นมิตินี้ความรู้ที่หลากหลาย (พูลลาภ อุทัยเลิศอรุณะ, 2004, หน้า 14)

ชนิดของชุมชนแนวปฏิบัติมีหลายรูปแบบ อาจเป็นชุมชนขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ จะมีอายุยืนยาวหรือไม่ยืนยาว แต่ไม่สามารถกำหนดได้ว่าควรมีจำนวนสมาชิกเท่าไร ชุมชนอาจจะ

ประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นสาขาหรือหน่วยงานเดียวกันหรือเป็นส่วนผสมที่หลากหลาย ขอบเขตของชุมชนอาจจะอยู่ภายในหน่วยธุรกิจองค์การเดียวกัน หรือข้ามหน่วยธุรกิจ หรือข้ามขอบเขตขององค์การ อาจเป็นแบบวางแผน (เจตนา) หรือแบบไม่ได้วางแผน ก็ได้เช่นกัน

ชุมชนแนวปฏิบัติอาจจะเป็นรูปแบบที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการหรือไม่ได้รับการรู้จักก็ได้ทั้งสิ้น

องค์ประกอบพื้นฐานของชุมชนแนวปฏิบัติประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ประการแรก โดเมนความรู้ เป็นการสร้างหลักการพื้นฐานและความรู้สึกถึงตัวตนร่วมกัน การกำหนดโดเมนที่ดีจะมอบสิทธิให้แก่ชุมชน และเป็นการย้ำวัตถุประสงค์และค่านิยมที่มีต่อสมาชิกและผู้มีส่วนร่วมอื่น ๆ

ประการที่สอง ชุมชนที่แข็งแกร่งจะส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์และชักชวนให้เกิดสายใยแห่งการเรียนรู้แบ่งปัน ตลอดจนความเกี่ยวข้องเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

ประการที่สาม แนวปฏิบัติเป็นกรอบความคิด แนวคิด เครื่องมือ สารสนเทศ สไลด์ ภาษา เรื่องราว และเอกสาร ซึ่งสมาชิกชุมชนแลกเปลี่ยนกัน แนวปฏิบัติจะเป็นความรู้เฉพาะด้านซึ่งชุมชนพัฒนา แลกเปลี่ยนแบ่งปัน และเก็บรักษาไว้ ทั้งนี้หนึ่งในหน้าที่ของแนวปฏิบัติร่วมคือ การกำหนดความรู้พื้นฐานมีสมาชิกชุมชนแต่ละคนควรจะมีคำว่าแนวปฏิบัติ เวนเกอร์ และคณะ (เวนเกอร์ และคณะ, 2004) ได้เปรียบเทียบแนวปฏิบัติไว้เหมือนเช่นการปฏิบัติทางการแพทย์อย่างมีเหตุผล (reasonable medical practice) ซึ่งใช้ตัดสินใจวินิจฉัย และการรักษาของแพทย์ในกรณีที่ถูกฟ้องร้องต่อศาล โดยเป็นนิยามทางสังคมที่กำหนดขึ้นเพื่อชี้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรทำในโดเมนหนึ่ง ๆ นอกจากนี้แนวปฏิบัติยังแฝงไปด้วยแนวทางในการแสดงพฤติกรรม มุมมอง เกี่ยวกับปัญหาหรือแนวคิด รูปแบบในการคิดและกระทั่งเจตคติในเชิงจริยธรรมดังกรณีต่าง ๆ ซึ่งแนวปฏิบัติในจุดนี้เปรียบได้กับวัฒนธรรมขนาดย่อมที่ผสมผสานชุมชนเข้าด้วยกัน (พูลลาภ อุทัยเลิศอรุณะ, 2004)

2.5.1 การประยุกต์ใช้แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติในสังคมไทย

แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) และนับได้ว่า แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายว่า เป็นเครื่องมือ หรือ กลไกหนึ่งที่ใช้ได้ผลในการจัดการความรู้ โดยเฉพาะการจัดการความรู้ที่ใช้แนวทางการจัดการความรู้ที่มีคนเป็นศูนย์กลาง

ตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติในที่นี้ คือ โรงพยาบาลศิริราช และสถาบันบำราศนราดูร

2.5.1.1 โรงพยาบาลศิริราช

ตัวอย่างชุมชนแนวปฏิบัติที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยจากสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สทบ) (สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.), 2549ก, หน้า 91-93) กรณีชุมชนแนวปฏิบัติของโรงพยาบาลศิริราช โดยได้นำแนวคิดของ CoP มาใช้กับงานในการจัดการความรู้ฝ่ายการพยาบาล ซึ่งนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2547 เป็นต้นมา โรงพยาบาลศิริราชได้เข้าร่วมโครงการนำร่อง “การจัดการความรู้ในองค์กร” กับ 3 องค์กรชั้นนำของทั้งภาครัฐและเอกชน หัวหน้างานพัฒนาคุณภาพการพยาบาลได้มีการวิเคราะห์วัฒนธรรมขององค์กร พบว่าลักษณะคนส่วนใหญ่ชอบพบปะเจอหน้ากัน และมีการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการพูดคุยมากกว่าการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ จึงได้นำแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) มาใช้เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการดูแลผู้ป่วยของฝ่ายการพยาบาล โรงพยาบาลศิริราช โดยใช้วิธีดึงประสบการณ์จริงจาก “ตัวคน” ผ่านเรื่องเล่า จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงถึงกระบวนการทัศน วิสัยทัศน์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน และผู้ป่วย ก่อนนำ CoP มาใช้ได้วางขั้นตอนประกอบด้วย 10 ขั้นตอน

1. กำหนดเป็นนโยบายขององค์กรสนับสนุนการเป็นชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP)
2. จัดตั้งทีมดำเนินการ
3. วิเคราะห์ความรู้ที่องค์กรต้องการ
4. กำหนด Core Team แต่ละโดเมน (Domain)
5. อบรมตามบทบาท
6. รับสมาชิกชุมชน
7. เริ่มต้นทำ CoP
8. แลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือแบ่งปันความรู้ในเวทีจริง และเวทีเสมือน
9. วิเคราะห์ สังเคราะห์ความรู้
10. พัฒนาเป็นแนวปฏิบัติ

ขั้นตอนของการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันความรู้มีการกำหนดเวลาที่ชัดเจน คือเวลา 12.30-14.00 น. เดือนละ 2 ครั้ง สมาชิกใช้เวลาระหว่างพักของตัวเองในเวทีแบ่งปันความรู้ 30 นาที และขององค์กรส่งเสริมให้เวลาอีก 1 ชั่วโมง รวมทั้งสนับสนุนงบประมาณค่าอาหารว่าง เครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ห้องประชุม คอมพิวเตอร์ และเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

ในช่วงระหว่าง 2-3 เดือนแรก เป็นการสร้างความไว้วางใจระหว่างสมาชิกเป็นสำคัญ เพื่อให้สมาชิกกล้าพูด กล้าแสดงออกในสิ่งที่ตนคิด เมื่อผ่านช่วงแรกไป ความคุ้นเคยและไว้วางใจจากสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในกลุ่มโดเมนของการเตรียมความพร้อมของผู้ป่วย และครอบครัว ก่อนผ่าตัดได้กล่าวถึง ชุมชนแนวปฏิบัตินี้ว่า “มี

พัฒนาการ และมีชีวิตชีวา” ช่วงแรก ๆ อาจจะไม่มีการระบายความรู้สึก เมื่อเวลาผ่านไปสักระยะ ทุกคนกล้าพูดมากขึ้น พร้อมทั้งจะสนทนา ทุกคนยิ้มแย้ม มีความสุข และที่สำคัญคือ ทุกคนมีโอกาสรู้จักคนที่มาจากหน่วยงานมากขึ้น

ในระหว่างที่ทำชุมชนแนวปฏิบัตินั้น มีการทบทวนผลการดำเนินงานเพื่อค้นหาปัญหา อุปสรรคและการแก้ไขเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนแนวปฏิบัติ มีการเจริญเติบโต ผลปรากฏว่า ใน พ.ศ. 2549 มีกลุ่มชุมชนแนวปฏิบัติอยู่จำนวน 13 กลุ่ม และในปี พ.ศ. 2553 ได้มีการเพิ่มขึ้นจนมีมากกว่า 20 กลุ่ม ผลสำเร็จจากการทำชุมชนแนวปฏิบัตินี้จะเห็นได้จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ที่เป็นสมาชิก และเป็นผู้อำนวยความสะดวกของกลุ่ม (facilitator) ได้กล่าวได้ดังนี้ เช่น “ไม่เคยทราบว่ามีของดีที่สามารถนำมาพัฒนาตนเอง และหน่วยงาน เพื่อประโยชน์ของผู้ป่วยมากที่สุด ต้องขอบคุณหน่วยงานด้วยที่ให้โอกาสและได้ช่วงเวลาดี ๆ มาแลกเปลี่ยนความรู้ที่ไม่มีในหนังสือ ที่ต้องหาจากบุคคล และประสบการณ์” และ “บางทีความรู้ที่ได้แล้วนำไปใช้ในสถานการณ์ของเราตรง ๆ ไม่ได้ ต้องปรับปรุง ทำให้ได้ความรู้ใหม่มาแลกเปลี่ยนกันอีก เหมือนต่อยอดความรู้ได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องเสียเวลาค้นคว้า ลองผิดลองถูก ได้มีเครือข่ายของคนที่น่าสนใจในเรื่องเดียวกัน ทำให้การติดต่อประสานงานกันสะดวก เมื่อมีปัญหาที่รู้ว่าจะปรึกษาใครได้”

จากกรณีของโรงพยาบาลศิริราชที่มีการนำเอาแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) มาใช้ ในช่วงต้นนั้น ฝ่ายการพยาบาลได้สรุปเป็นประสบการณ์และข้อคิดเห็นดังนี้

1. ในระยะเริ่มต้นที่จะนำเอาแนวคิดนี้มาใช้นั้น จะพบว่าสมาชิกในชุมชนแนวปฏิบัตินั้น ยังไม่มีความคุ้นเคย และไม่กล้าแสดงออก
2. ต้องมีสมาชิกในกลุ่มที่ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก ต้องใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายในการบริหารจัดการสมาชิกให้เกิดการแสดงออก โดยการเล่าประสบการณ์ของตน ซึ่งเป็นความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึก จึงทำให้การเป็นชุมชนแนวปฏิบัติเริ่มต้น และเดินหน้าต่อไป
3. เมื่อคนในชุมชนแนวปฏิบัติมีความคุ้นเคย มีความเป็นมิตร มีความไว้วางใจ ก็จะมีการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ของแต่ละคน ซึ่งเป็นการยกระดับความรู้ในประเด็นต่างๆ ที่เป็นโดเมนของกลุ่มได้ และความรู้บางอย่างที่ได้จากในชุมชน จะถูกยกระดับเป็นความรู้ใหม่ ซึ่งเกิดจากผลผลิตในชุมชนแนวปฏิบัติ
4. เพื่อให้มีการยกระดับความรู้ และให้ความรู้นั้นถูกนำไปใช้ได้ชุมชนแนวปฏิบัติ ต้องมีสมาชิกที่ทำหน้าที่คอยบันทึกความรู้ที่เกิดขึ้นจากในชุมชนแนวปฏิบัติ เพื่ออาจจะเป็นประโยชน์ของสมาชิกคนอื่นสามารถนำไปใช้หรือแบ่งปันได้ ดังกล่าวว่า ความรู้ที่เราเรียกว่าความรู้ชัดแจ้ง สิ่งที่เป็นคุณค่าที่สำคัญสำหรับองค์กร

5. ในขณะเดียวกัน ทางหน่วยงานได้มีการสนับสนุนเรื่องเวลา และงบประมาณ เกี่ยวกับอาหารว่าง เครื่องดื่ม และห้องประชุม เป็นต้น

6. เมื่อคุ้นเคยกันแล้ว จะรู้จักสมาชิกจากหน่วยงานอื่นในองค์กรเดียวกัน อันจะนำมาซึ่งการเป็นเครือข่ายของคนที่น่าสนใจในเรื่องเดียวกัน และเมื่อเกิดปัญหาที่ต้องขอคำปรึกษาหรือแลกเปลี่ยน ก็จะมีชุมชนแนวปฏิบัตินี้เป็นเวทีที่รองรับได้

7. เพื่อช่วยให้ชุมชนทำงานได้อย่างยั่งยืน การพบปะกันของสมาชิกควรจะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

8. สิ่งที่เป็นคุณค่าจาก CoP ต่อองค์กรคือเกิดบรรยากาศการแลกเปลี่ยนมิตรไมตรีจิต และมีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากมีการแบ่งปันคือการให้ และการรับ และการได้รับความรู้จากเพื่อน ซึ่งจะทำให้บรรยากาศของที่ทำงานนี้มีบรรยากาศของความเป็นมิตร และส่งผลต่อการทำงานของผู้นับ ซึ่งจะส่งผลท้ายที่สุดกับองค์กรในลักษณะองค์กรแห่งการเรียนรู้

2.5.1.2 สถาบันบาราศนราดรุ

สถาบันบาราศนราดรุเป็นศูนย์กลางการบำบัดผู้ป่วยโรคติดต่อที่สำคัญของประเทศไทย ก่อตั้งโดยพระบาราศนราดรุ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขใน พ.ศ. 2501-2502 ทำหน้าที่ควบคุมดูแล อหิวาตกโรค และโรคระบาด ซึ่งเดิมเป็นชื่อโรงพยาบาลบาราศนราดรุ แต่ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างส่วนราชการ ตามพระราชบัญญัติกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 และเปลี่ยนชื่อมาเป็นสถาบันบาราศนราดรุ เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2545 ดังกล่าว มีหน้าที่หลักในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน ควบคุม ตรวจ วินิจฉัย รักษา และฟื้นฟูสุขภาพผู้ป่วยโรคเอดส์และโรคที่เป็นปัญหาสำคัญ ให้บริการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีการแพทย์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นองค์กรประสานงาน และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านสาธารณสุข ในสาขาที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ กักกันผู้ป่วยโรคติดต่ออันตรายตามข้อตกลงระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ สถาบันบาราศนราดรุยังมีพันธกิจ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านการควบคุมโรคที่เป็นปัญหาสำคัญ ทั้งในด้านการศึกษาวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ อีกทั้งมีเป้าหมายในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยสนับสนุนให้บุคลากรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร จึงเป็นที่มาของการนำ “การจัดการความรู้” มาเป็นเครื่องมือการพัฒนาคน พัฒนาองค์กรของสถาบันฯ

การประยุกต์ใช้แนวคิดชุมชน มีด้วยกัน 3 งานคือ

1. การจัดการความรู้ที่ห้องผ่าตัด ได้มีการใช้กิจกรรม Morning Talk ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2546 เพื่อทดสอบความผิดพลาดของการทำงานในแต่ละวัน โดยทำทุกเช้าก่อนเริ่มงาน ซึ่ง

ทุกคนจะมารวมตัวกันล้อมเป็นวง แล้วทำกิจกรรมทบทวนการให้บริการในทุกขั้นตอน (After Action Review: AAR) ภายใต้บรรยากาศที่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน โดยมีหัวหน้าห้องผ่าตัด เป็นผู้นำ การทำสมาธิเพื่อให้จิตใจผ่อนคลายโปร่งใส เพื่อพร้อมรับสิ่งใหม่ ๆ จากนั้น ผู้ที่ทำหน้าที่ประธาน ในที่ประชุม หรือ “คุณอำนวย” จะเริ่มรายงานการรับ-ส่งเวรประจำวันเพื่อทบทวนการดูแลผู้ป่วย ที่มารับบริการโดยใช้สูตร C3THER คือ Care, Communication, Continuity Team, Human Resource, Environment และ Record โดยการตั้งคำถามลงลึกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคนไข้แต่ละราย ที่เข้ามาใช้บริการ ทั้งรายที่พบปัญหา และรายที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ดี พร้อมทั้งให้เหตุผลว่าเพราะอะไร จึงทำได้ดี เพราะอะไรจึงมีปัญหา โดยเวที Morning Talk ทุกวันจะมีผู้ทำหน้าที่จดบันทึกและเก็บ เป็นหลักฐาน

2. การจัดการความรู้ การดูแลผู้ติดเชื้อเอชไอวี/ผู้ป่วยเอดส์ของเจ้าหน้าที่ให้การ รักษา การจัดการความรู้เกิดขึ้นในกระบวนการพัฒนาคู่มือให้การปรึกษา เพื่อป้องกันการรับและ แพร่เชื้อ เอชไอวี ในผู้ติดเชื้อและคู่เพศสัมพันธ์ เป็นการให้คำปรึกษากับผู้ติดเชื้อเอดส์ และได้เริ่มมี การพัฒนาคู่มือการให้คำปรึกษากับผู้ป่วยและผู้ติดเชื้อเอดส์ร่วมกับโครงการของ Trades Union Congress (TUC) ซึ่งในระยะแรกมีการนำเอกสารคู่มือของประเทศสหรัฐอเมริกามาแปลเพื่อเป็น แนวทางในการให้คำปรึกษา แต่ปรากฏว่าเมื่อเจ้าหน้าที่นำมาปฏิบัติจริงพบว่า คู่มือดังกล่าวไม่ สอดคล้องกับบริบท และวัฒนธรรมของคนไทย อีกทั้งพบปัญหาที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป ทำให้ทีมพัฒนาคู่มือต้องหยุดคิดและมองกลับมาที่บริบทของสังคมไทย เพื่อพัฒนาคู่มือของคนไทย โดยเน้นกลุ่มผู้ติดเชื้อและคู่เพศสัมพันธ์เป็นสำคัญ

ในระบะนี้เอง ที่ทีมพัฒนาได้นำ “การจัดการความรู้” มาเป็นเครื่องมือโดยนอกจาก จะผสมผสานข้อมูลที่ได้จากเอกสารการแปลคู่มือต่างประเทศ เอกสารห้องสมุดและงานวิจัย ซึ่ง เป็นความรู้ชัดแจ้งแล้ว ยังรวบรวมความรู้ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานจริงของเจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษา ซึ่งเป็นความรู้ฝังลึก มาประกอบเข้าด้วยกัน โดยหลังเลิกงานหรือในวันหยุดราชการเจ้าหน้าที่ให้ คำปรึกษาจะมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากการให้คำปรึกษาแก่ผู้ติดเชื้อเอชไอวี ค่อย ๆ ย้อนนึกถึง เหตุการณ์จริง การปฏิบัติงานจริง การแก้ปัญหาจริง และผลที่เกิดจากการปฏิบัติให้คำปรึกษาแล้ว คนไข้เป็นอย่างไรจะถูกบันทึกและสกัดเป็นคู่มือ ที่จะต้องผ่านกระบวนการทดลองใช้จริงก่อนแล้ว จะต้องกลับมาทบทวนด้วยกระบวนการ แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อพัฒนาต่อเป็นคู่มือที่สมบูรณ์

3. การจัดการความรู้หน่วยจุลชีววิทยา รูปแบบการจัดการความรู้ของหน่วยจุล ชีววิทยามีจุดเน้นอยู่ที่การประชุมพัฒนาคุณภาพประจำวัน ที่ทุกคนจะมารวมตัวกันในเวลา ประมาณ 15.45-16.00 น. ก่อนเลิกงาน เพื่อสรุปเหตุการณ์ในแต่ละวัน (สรุปบทเรียน) เพื่อแก้ปัญหา อย่างเป็นระบบ ป้องกันการเกิดซ้ำ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับ เกิดการเรียนรู้

ร่วมกันอีกทั้งเป็นการสร้างภาวะผู้นำ โดยผลัดเปลี่ยนกันเป็นประธานในที่ประชุม และเป็นการสร้างวัฒนธรรมการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

และเมื่อทุกคนมาประชุมกันพร้อมเพรียงแล้วภายใต้บรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ จากนั้นประธานนำกิจกรรมจะเป็นผู้อ่านหัวข้อในการทบทวน 20-30 ข้อที่เกิดจากการต่อ ยอดความคิดดี ๆ มาจากการดูงานที่โรงพยาบาลนพรัตนราชธานีที่เคยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน แล้วนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับหน่วยงานฯ เช่น วันนี้มีข้อท้วงติงจากแพทย์หรือไม่ มีรายงานความผิดพลาดหรือไม่ มีอุบัติเหตุหรือไม่ ถ้าเกิดแล้วแก้ปัญหาอย่างไร มีคนไปขอผลตรวจงานหรือไม่ เหตุใดจึงรอนาน เป็นการทบทวนและเรียนรู้การแก้ปัญหาที่ดี หากใครมีวิธีการแก้ปัญหาที่ดีกว่า หรือเคยมีกรณีดังกล่าวเกิดขึ้นคนที่เคยพบปัญหามาก่อน และแก้ปัญหาได้ดีกว่า จะมาเล่าให้กันฟัง เป็นการทบทวน นอกจากนี้ยังมีคำถามว่า วันนี้มีประเด็นน่าสนใจ หรือนำเรียนรู้เกิดขึ้นใหม่ โดยเฉพาะการค้นพบเชื้อตัวใหม่ วิธีการตรวจเชื้อแบบใหม่ ที่ดีกว่า เร็วกว่า ในแต่ละวันจะมีการวิจัยและพัฒนางานไปพร้อมๆ กัน บางคน ทดลองที่จะหาวิธีทำงานที่ดีขึ้น เร็วขึ้น ถูกต้องแม่นยำมากขึ้นซึ่งจะมาบอกเล่าความคืบหน้าให้เพื่อนร่วมงานฟังในเวทีนี้ ในกรณีมีเหตุการณ์น่าสนใจเกิดขึ้น เลขาฯ ในที่ประชุมซึ่งทำหน้าที่จดบันทึกความรู้จะบันทึกไว้ในสมุดบันทึกปฏิบัติการ เท้ากับมีเอกสารเป็นแบบฟอร์ม Checklist และบันทึกปฏิบัติการ อีกฉบับ

จากกรณีที่สถาบันบำราศนราดูรได้มีการนำเอาแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติ มาใช้กับงาน ที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นนั้น สถาบันบำราศนราดูรได้สรุปข้อคิดเห็น ดังนี้

1. สถาบันบำราศนราดูรมีเป้าหมายใหญ่อยู่ที่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้
2. มีการนำการจัดการความรู้เข้ามาสวมกับงานพัฒนาคุณภาพ
3. มี “คุณอำนวย” ทำหน้าที่กระตุ้นสร้างบรรยากาศการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคลากรของแต่ละหน่วยงาน
4. เมื่อเกิดเป็นชุมชนนักปฏิบัติ ก็มีการนำเครื่องมือการจัดการความรู้ต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ การทบทวน และการทำคลังความรู้มาใช้
5. มีการแลกเปลี่ยนความรู้ข้ามฝ่าย ข้ามหน่วยงาน ที่ปฏิบัติเชื่อมโยงกัน เช่น พยาบาลห้องผ่าตัดกับแพทย์ผู้วินิจฉัยโรค เป็นต้น

2.6 วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)

วัฒนธรรมองค์กรสามารถจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุน หรือ เป็นอุปสรรคต่อการแบ่งปันความรู้ของคนในองค์กร (Leistner, 2010) ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องการแบ่งปันความรู้ จึงควรจะต้องให้ความสำคัญ และเข้าใจถึงความหมายของวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนประเด็นและมิติต่างๆ ของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งมีหลากหลาย ดังนี้

2.6.1 ความหมายของวัฒนธรรมองค์กร

ฮอฟสเตด (Hofstede, 1997, p. 180) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ รูปแบบทางความคิด และความรู้สึกของสมาชิกในองค์กรที่มีการกำหนดร่วมกัน ทำให้เกิดความแตกต่างกันระหว่างสมาชิกขององค์กรแต่ละองค์กร สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540, หน้า 11) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ การรวมกันของสิ่งต่าง ๆ อันประกอบด้วย สิ่งประดิษฐ์ แบบแผน พฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจและข้อสมมติฐานพื้นฐานของสมาชิกจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ภายในองค์กร โดยเชื่อว่า วัฒนธรรมองค์กรไม่ใช่เพียงแค่พฤติกรรมภายนอก หรือเฉพาะค่านิยมความคิดภายในจิตใจ เพราะการจะเข้าใจถึงกลุ่มสมาชิกในองค์กรอย่างลึกซึ้งนั้นเป็นไปได้ยาก โดยจำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งกระบวนการทางความคิดภายในจิตใจ เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ซึ่งล้วนเป็นเหตุผลหลักของพฤติกรรมที่แสดงออกมา

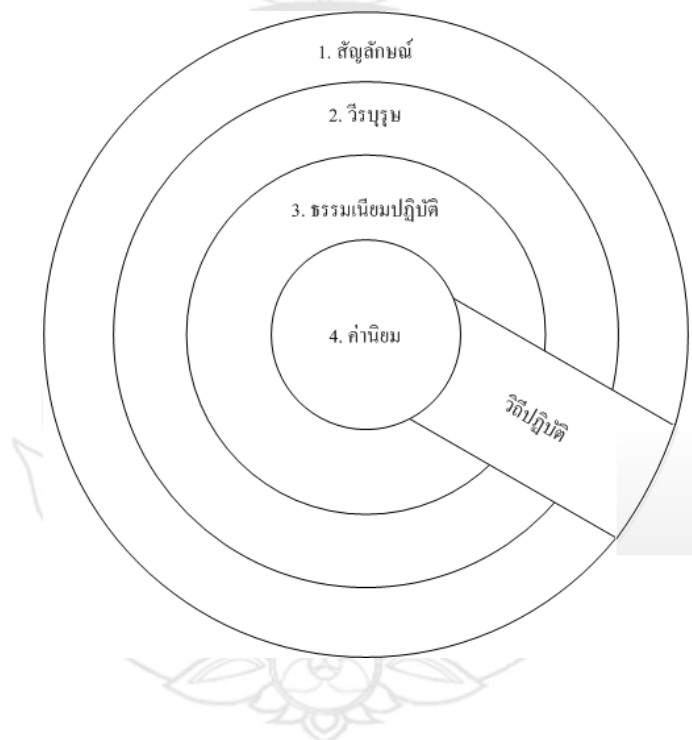
อารีย์ เพ็ชรรัตน์ (2541, หน้า 29) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ แบบแผนของการประพฤติปฏิบัติร่วมกันของสมาชิกในองค์กร เช่น ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ โดยสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการกระทำต่าง ๆ ของสมาชิกในองค์กร ซึ่งค่านิยม ความคิด ความเชื่อเหล่านี้ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และพัฒนาในอดีต และมีการส่งต่อยังสมาชิกรุ่นใหม่ เพื่อให้มีการนำแนวทางในการประพฤตินี้มาใช้ต่อไป เวน (Wen, 2008) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรมองค์กร คือ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม กฎระเบียบ และพฤติกรรมทั่วไปที่สมาชิกในองค์กรมีส่วนร่วม

2.6.2 ระดับชั้นของวัฒนธรรมองค์กร

ไชน์ (Schein, 1992, pp. 13-21) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับระดับชั้นของวัฒนธรรมองค์กร ซึ่ง ไชน์ ได้แบ่งระดับชั้นของวัฒนธรรมองค์กรเป็น 3 ระดับชั้น คือ สิ่งประดิษฐ์ (artifacts) ค่านิยม และความเชื่อที่อวดอ้าง (espoused beliefs and values) และสมมติฐานพื้นฐาน (basic underlying assumptions) โดยการแบ่งระดับชั้นของ ไชน์ ใช้หลักเกณฑ์ในเรื่องระดับความยากง่ายในการสังเกตเห็น (degree of visibility) ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรชั้นนอกสุดที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายที่สุด ได้แก่ สิ่งประดิษฐ์ หมายถึง พฤติกรรมและโครงสร้างทางกายภาพขององค์กรที่สามารถสังเกตเห็น

ได้ เช่น รูปแบบอาคาร เครื่องแต่งกาย และตราประจำหน่วยงาน เป็นต้น ในส่วนวัฒนธรรมองค์กรที่อยู่ชั้นกลาง คือ ค่านิยมที่วัดอ้าง ซึ่งหมายถึง ค่านิยมที่บุคลากรหรือผู้บริหารขององค์กรอ้างว่าได้ทำหรือควรทำ เช่น กลยุทธ์องค์กร เป้าหมายองค์กร และปรัชญาขององค์กร เป็นต้น ขณะที่วัฒนธรรมองค์กรชั้นในสุดที่สังเกตได้ยากที่สุด คือ ข้อสมมติฐานพื้นฐาน ซึ่งหมายถึง ค่านิยมความเชื่อที่สมาชิกในองค์กรส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมีการทำมาปฏิบัติเป็นเวลานาน และเป็นที่ยอมรับว่าสามารถแก้ไขปัญหาให้กับองค์กรได้

ขณะเดียวกัน ฮอฟสเตด (Hofstede, 1997) ได้แบ่งระดับชั้นของวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 ระดับ โดยเขาได้เปรียบวัฒนธรรมองค์กรกับหัวหอม (onion model) โดยไล่จากเปลือกชั้นนอกที่สุด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายที่สุด จนถึงเปลือกชั้นในสุดที่ยากจะเปลี่ยนแปลง ดังภาพที่ 2.11



จาก Hofstede, G. (1997). **Cultures and organizations: software of the mind**. New York: McGraw Hill.

ภาพที่ 2.11 แบบจำลองวัฒนธรรมองค์กรกับหัวหอม (Onion Model)

จากแบบจำลองวัฒนธรรมองค์กรกับหัวหอม สามารถอธิบายทฤษฎีการแบ่งระดับชั้นของฮอฟสเตดได้ดังนี้

1. สัญลักษณ์ (Symbols) หมายถึง คำพูด การแสดงท่าทาง ภาพลักษณ์ หรือ วัตถุ ที่สมาชิกในองค์กรเข้าใจในความหมายเดียวกัน สัญลักษณ์สามารถพัฒนาขึ้นใหม่เพื่อทดแทนสัญลักษณ์เก่าได้ง่าย

2. วีรบุรุษ (Heroes) หมายถึง บุคคล ที่ยังมีชีวิต หรือไม่มีชีวิต มีตัวตนอยู่จริง หรือเป็นเพียงจินตนาการ ซึ่งมีลักษณะนิสัยที่ยอดเยียมในเรื่องวัฒนธรรม และเป็นแบบอย่างของการกำหนดพฤติกรรม

3. ธรรมเนียมปฏิบัติ (Rituals) หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งถูกจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในด้านสังคม โดยธรรมเนียมปฏิบัติรวมถึง วิธีการทักทาย การเคารพซึ่งกันและกัน พิธีกรรมทางสังคมและศาสนา เป็นต้น

สัญลักษณ์ วีรบุรุษ และธรรมเนียมปฏิบัติ ถูกจัดกลุ่มในส่วนของวิธีปฏิบัติ (practices)

4. ค่านิยม (Values) หมายถึง ความรู้สึกของสมาชิกในองค์กร ที่มีต่อการประเมินสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ค่านิยมบางชนิดไม่สามารถนำมาอธิบาย หรือสังเกตจากคนภายนอกได้

2.6.3 ประเภทของวัฒนธรรมองค์กร

นอกจากนั้น ไชน์ (Schien) ยังได้แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 ประเภท

1. ระดับมหภาค (Macroculture) ซึ่งหมายถึงวัฒนธรรมที่เป็นระดับชาติ และชาติพันธุ์ และกลุ่มที่นับถือศาสนาเดียวกัน หรือในกลุ่มวิชาชีพต่าง ๆ เช่น ทางการแพทย์ นักกฎหมาย และวิศวกรรม เป็นต้น

2. ระดับองค์กร (Organizational culture) ซึ่งจะมีผลต่อกลุ่มวัฒนธรรมกลุ่มย่อย ๆ ภายในองค์กร ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่ม ในองค์กรเอกชน องค์กรภาครัฐ องค์กรไม่แสวงหากำไร และองค์กรสาธารณประโยชน์ เป็นต้น

3. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub culture) ซึ่งจะปรากฏอยู่ในภายในองค์กร โดยแยกตามสาขาวิชาชีพ ซึ่งจะเป็นกลุ่มคนย่อย ๆ ภายในองค์กร

4. วัฒนธรรมจุลภาค (Microculture) ซึ่งปรากฏอยู่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งจะเป็นกลุ่มวิศวกรขององค์กรหนึ่งมีความเชื่อมโยงกับ

2.6.4 ประเภทของวัฒนธรรม (Layers of Culture)

ฮอฟสเตดได้พูดถึงว่า ถึงแม้ทุกคนจะเป็นสมาชิกของกลุ่มที่ต่างกัน อย่างไรก็ตามพวกเขาก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงที่จะมีประเภทของ mental programming ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับระดับที่แตกต่างกันของวัฒนธรรม ดังตัวอย่าง

1. ระดับชาติ (National level) จะเกี่ยวข้องกับประเทศหนึ่ง หรือหลายประเทศสำหรับคนที่ย้ายถิ่นฐานในช่วงชีวิตของเขา

2. ระดับภูมิภาค (Regional) และ/หรือ ชาติพันธุ์ (ethnic) และ/หรือ ศาสนา (religion) และ/หรือ ภาษา (linguistic) ดังเช่นในหลาย ๆ ประเทศ ที่มีการรวมกันของวัฒนธรรม และ/หรือ ชาติพันธุ์ และ/หรือ ศาสนา และ/หรือ ภาษาที่แตกต่างกัน

3. ระดับเพศ (Gender level) จะเกี่ยวข้องกับว่าเกิดมาเป็นเพศชายหรือหญิง

4. ระดับรุ่น (Generation level) ซึ่งจะแบ่งแยกของรุ่นปู่ ย่า จากรุ่นพ่อ แม่ และจากรุ่นลูก

6. ระดับชั้นทางสังคม (Social class level) ซึ่งจะเชื่อมโยงกับโอกาสทางการศึกษาและอาชีพ

ระดับองค์กร หรือ ความร่วมมือ (organizational or corporate level) จะเกี่ยวข้องกับวิถีทางที่ถูกจ้าง ถูกทำให้เป็นสังคมนิยมจากองค์กรของพวกเขา แนวคิด ไชน์ (Schein) นั้นวัฒนธรรมเป็นเรื่องนามธรรม ยากที่จะมองเห็น หรือแม้แต่มองเห็น ก็ไม่ได้หมายความว่า จะวัฒนธรรมที่แท้จริง ดังนั้น ถ้าจะให้เข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร หรือของกลุ่มคนในองค์กร จะต้องใช้วิธีการสังเกต ซึ่งนักมานุษยวิทยา ได้พยายามหาแบบจำลองต่างๆ เพื่อที่จะอธิบายวัฒนธรรมของกลุ่มคน ดังต่อไปนี้

1. โดยการสังเกตการณ์ หรือการกระทำ เพื่อจะให้เข้าใจถึงแรงผลักดันที่อยู่ภายใต้เหตุการณ์เหล่านั้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้มีดังนี้ สังเกตพฤติกรรมของคนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน เช่น ภาษาที่ใช้ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรม ที่ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ

2. แนวปฏิบัติของกลุ่ม มาตรฐาน และคุณค่าหรืออุดมการณ์บางอย่างของกลุ่มที่เป็นที่รู้โดยทั่วไป

3. ซึ่งกลุ่มจะทำให้สำเร็จ เช่น เกี่ยวกับเรื่องของคุณภาพของสินค้า และเป็นผู้นำในเรื่องของราคา

4. ปรัชญาที่เป็นทางการเป็นนโยบาย หรืออุดมการณ์ที่เป็นตัวกำหนดให้กลุ่มปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ลูกค้า และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ

5. กติกา หรือกฎเกณฑ์ที่ถือไว้เป็นแนวปฏิบัติ แต่ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งกฎเกณฑ์เหล่านี้ต้องไม่ขัดแย้งกับองค์กร

6. บรรยากาศ คือ ความรู้สึกที่ของกลุ่ม ซึ่งอาจจะแสดงออกทางกายภาพ และวิถีปฏิบัติซึ่งคนในกลุ่ม มีปฏิสัมพันธ์กัน หรือคนในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์กับลูก หรือผู้ที่อยู่ภายนอกองค์กร

7. ทักษะที่ฝังอยู่ และมีการถ่ายทอดการมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยที่ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร

8. วิธีการคิด และกระบวนการทัศน์ในการใช้ภาษาของความคิด สิ่งเหล่านี้เมื่อมีสมาชิกใหม่ ๆ มา จะได้รับการถ่ายทอดหรือการสอนตั้งแต่เริ่มต้น

9. ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งความเข้าใจในทิศทางเดียวกันนี้ถูกสร้างขึ้นมาจากกลุ่มสมาชิกนี้

10. การสร้างสัญลักษณ์ เพื่อแสดงออกถึงกลุ่ม

11. พิธีกรรม และการเฉลิมฉลองที่เป็นทางการ จะเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และ/หรือสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ จะมีวิธีการจัดการกับสิ่งต่างๆ และมีความเห็นร่วมกัน ซึ่งจะสังเกตเห็นว่าสิ่งเหล่านี้ไม่มีวัฒนธรรมอยู่เลย แต่เป็นเรื่องของแนวความคิดที่แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมจะต้องมีความต่อเนื่อง และมีความลึก และความกว้าง และมีแบบแผน และมีผสมผสานกับหลาย ๆ สิ่ง

2.6.5 ประเด็นและมิติทางวัฒนธรรม

ประเด็นและมิติทางวัฒนธรรมเป็นมุมมองวัฒนธรรมองค์กร ในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของระดับต่าง ๆ กล่าวคือ ระดับชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับรุ่น ระดับชั้นทางสังคม ระดับองค์กร ซึ่งแนวคิดมิติทางวัฒนธรรมดังกล่าวของฮอฟสเต็ด (Hofstede, 1997) เป็นที่รับทราบ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. วัฒนธรรมอำนาจ (Power) วัฒนธรรมของบางชาติมีความนิยมในเรื่องของอำนาจ และยอมรับเรื่องของลำดับชั้นในการบังคับบัญชาว่าสำคัญที่สุด ขณะที่วัฒนธรรมของบางชาติกลับต้องการให้คนทุกคนมีสิทธิและความเท่าเทียมกันมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ บางชาติต้องการให้ทุกคนมีอิสระและมีเสรีภาพ แต่บางวัฒนธรรมมีความเชื่อและยอมรับความคิดที่ว่า คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องพึ่งพิงและอาศัยผู้อื่น ฮอฟสเต็ดทำการวัดวัฒนธรรมอำนาจโดยศึกษาว่าผู้คนในชาติต่าง ๆ มีระยะห่างของอำนาจ (power distance) แตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

2. วัฒนธรรมความไม่แน่นอน (Uncertainty) วัฒนธรรมในบางสังคมมีความวิตกกังวลในเรื่องของความไม่แน่นอน และความเสี่ยงมากกว่าสังคมอื่น สังคมเหล่านั้นมักชอบกฎระเบียบอาชีพที่มีความมั่นคง หรือแบบแผนที่แน่นอนตายตัวสำหรับชีวิต และมักเป็นสังคมที่ให้การยอมรับนับถือและรับฟังความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แต่บางสังคมกลับชอบความเสี่ยง ฮอฟสเต็ดได้จัดแบ่งระดับชั้นทางวัฒนธรรม โดยอาศัยการวัดระดับของการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนของสังคมนั้น ๆ (uncertainty avoidance scale)

3. วัฒนธรรมความเป็นปัจเจกนิยม (Individualism) วัฒนธรรมในบางชาตินิยมการมีโครงสร้างของสังคมแบบหลวม โดยเฉพาะในสังคมซึ่งมีข้อสมมติว่า ปัจเจกบุคคลสามารถดูแลตัวเองได้และไม่ชอบการพึ่งพิงผู้อื่นมากนัก ในขณะที่วัฒนธรรมของสังคมบางแห่งมีความต้องการความผูกพัน ความใกล้ชิด การอยู่ร่วมกัน หรือการพึ่งพิงในแบบกลุ่มนิยม (Collectivism) มากกว่า ฮอฟสเตดได้ทำการวัดระดับความแตกต่างของวัฒนธรรมจากด้านหนึ่งของความเป็นปัจเจกนิยมไปยังอีกด้านหนึ่งของความเป็นกลุ่มนิยม

4. วัฒนธรรมความเป็นชาย (Masculinity) บางประเทศมีวัฒนธรรมของความเป็นชายมากกว่าประเทศอื่น ซึ่งพิจารณาจากมิติต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะคติ (attitudes) การยืนกรานในเรื่องค่านิยม (valuing assertiveness) ความต้องการเงินและวัตถุสิ่งของ (acquisition of money and things) และ ความไม่ใส่ใจในเรื่องคุณภาพชีวิตหรือความไม่ใส่ใจในผู้อื่น (not caring for the quality of life or other people) ในขณะที่ประเทศซึ่งมีวัฒนธรรมของความเป็นหญิง (femininity) กลับมีลักษณะตรงกันข้าม ฮอฟสเตด พบว่า ยิ่งสังคมโดยรวมมีความเป็นชายมากเท่าไร ช่องว่างระหว่างวิธีคิดของผู้ชายและผู้หญิงในสังคมก็ยิ่งกว้างมากขึ้นเพียงนั้น

ในงานวิจัยนี้ ได้ประยุกต์ใช้แนวคิดมิติทางวัฒนธรรมของฮอฟสเตดในการวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996-2009 มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ ในองค์กรต่าง ๆ ที่หลากหลายลักษณะ ซึ่งในที่นี้ นำเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวม 11 เรื่อง และ ประเด็นที่เป็นที่สนใจศึกษา สามารถสรุปรวมกลุ่มได้ ดังนี้

1. เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วยทัศนคติและแรงจูงใจต่อการแบ่งปันความรู้ขององค์กร

2. บทบาทของโครงสร้างทางสังคม ขององค์กรกับการแบ่งปันความรู้

3. ปัญหาอุปสรรค ต่อ การแบ่งปันความรู้

4. ชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) กับการแบ่งปันความรู้

โดยมีข้อสรุปของงานวิจัยต่างๆ ดังนี้

อิงเพน (Inkpen, 1996) ได้วิจัยเรื่องสร้างความรู้ผ่านการทำงานเป็นกลุ่ม (creating knowledge through collaboration) พบว่าการสร้างความรู้ใหม่ในองค์กรกลายเป็นสิ่งสำคัญลำดับต้น ๆ ของการจัดการความรู้ เนื่องจากความรู้ใหม่เปรียบเสมือนพื้นฐานในความได้เปรียบทางการ

แข่งขันในระยะยาว ผู้วิจัยเสนอว่า ความรู้ นับเป็นทรัพย์สินที่ล้ำค่าขององค์กรและจะนำไปสู่การทำงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพในระยะยาว ในองค์กรซึ่งมีการแบ่งปันความรู้ และทำงานร่วมกัน จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ และการสร้างความรู้ขององค์กร หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นจากหน่วยเล็ก ๆ ขององค์กร คือ คน ได้มีการเรียนรู้และกลายเป็นผู้ที่มีทักษะ และความชำนาญ บริษัทไสหรืออเมริกาที่ทำงานเป็นพันธมิตรกับบริษัทในประเทศญี่ปุ่น ตระหนักถึงความสามารถของบริษัทในประเทศญี่ปุ่นว่ามีความสามารถในการผลิต และมีการยกระดับความชำนาญ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 2 ประการ คือ (1) บริษัทที่เป็นพันธมิตรร่วมกันทำงานได้มีความพยายามที่ใช้โอกาสนี้เป็นโอกาสแห่งการเรียนรู้ หรือแบ่งปันโอกาสหรือไม่ (2) เงื่อนไขหรือปัจจัยใดที่จะสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ เป็นกลุ่มบริษัทในสหรัฐอเมริกาเป็นพันธมิตรที่ร่วมกับบริษัทในประเทศญี่ปุ่น ภายใต้ชื่อ บริษัท American-Japanese joint ventures (JVs) มีบริษัทรวมทั้งสิ้น 40 บริษัท ตั้งอยู่ในทวีปอเมริกาเหนือ ในบรรดาบริษัทเหล่านี้ มี 17 บริษัท ที่บริษัทในสหรัฐอเมริกา และบริษัทประเทศญี่ปุ่น ถือหุ้นเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50 อีก 15 บริษัท มีบริษัทญี่ปุ่นเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ และอีก 8 บริษัท มีบริษัทในสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้จัดการของบริษัท แต่ละแห่ง

จากงานวิจัยนี้ได้ข้อสรุปว่า การสร้างความรู้เป็นกระบวนการที่เป็นพลวัต ซึ่งรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันขององค์กรหลาย ๆ ระดับและรวมถึงบุคคลและกลุ่มคนเพื่อให้เกิดความรู้ที่เพิ่มพูน และทำให้เกิดการเผยแพร่ความรู้ การสร้างความรู้สามารถเกิดขึ้นได้โดยแบบไม่ตั้งใจหรือไม่เป็นไปตามแบบแผน ข้อเสนอแนะของงานวิจัย คือ การสร้างความรู้ควรเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะการสร้างความรู้อาจจะไม่ประสบความสำเร็จ หรืออาจจะไม่แสดงผลในทันที นอกจากนี้ควรจะมีการให้ความสำคัญกับการสร้างความรู้เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กร

ต่อมา บาร์สัน และคณะ (Barson et al., 2000) ได้ศึกษาถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและภายในองค์กร ในการแบ่งปันความรู้ขององค์กรแบบขยายตัวของงานด้านห่วงโซ่อุปทาน (inter- and intra-organisational barriers to sharing knowledge in the extended supply-chain) งานวิจัยนี้มีแนวคิดว่าการพัฒนาและปรับปรุงขององค์กรแบบขยายตัวเป็นสิ่งที่จำเป็น และเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงสุดนั้น องค์กรจะต้องมีการแบ่งปันความรู้ในด้านของ ขั้นตอนกระบวนการ และการปฏิบัติงาน งานวิจัยนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือกลุ่มที่เป็นองค์กรที่ได้รับเงินทุนจากโครงการของกลุ่มสหภาพยุโรป คือ โครงการ KARE (Knowledge Acquisition and Sharing in Requirements Engineering) ทำการแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลซึ่งมีลักษณะเป็นห่วง

โซ่อุปทานแบบขยายตัว ในด้านการผลิตชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอวกาศ และโครงการ CORMA (Practical Methods and Tools for Corporate Knowledge Management) ซึ่งได้สำรวจการจัดการความรู้ในขั้นตอนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่กรอบแนวคิดในเรื่องการออกแบบไปจนถึงขั้นตอนการผลิตของชิ้น ส่วนอุปกรณ์ ในกลุ่มของการสื่อสารทางไกล

ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นส่วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับคนทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดการความรู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องอุปกรณ์ซอฟต์แวร์ด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้เสนอว่าไม่ควรให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีมากนัก แต่ควรจะทำให้ความสำคัญกับการทำอะไรที่จะสามารถทำให้คนมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้มากกว่า นอกจากนี้ยังควรหาคำตอบว่า ทำอย่างไรที่จะเป็นการกระตุ้นให้คนแบ่งปันความรู้ ทำอย่างไรที่จะสร้างความเชื่อมั่นของความร่วมมือระหว่างองค์กร ทำอย่างไรที่จะเอาชนะอุปสรรคทางวัฒนธรรมขององค์กรและวัฒนธรรมทางสังคม และทำอย่างไรที่จะจัดการความวิตกกังวลของคนในการแข่งขัน โดยที่จะพยายามสร้างมาตรการเพื่อให้เกิดความกระตือรือร้นในการแบ่งปันความรู้ ด้วยเช่นกัน

ในปี ค.ศ. 2001 แมคเดอม็อต และโอเดล (McDermott & O'Dell, 2001) ได้วิจัยเรื่องการเอาชนะอุปสรรคทางวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้ (Overcoming Cultural Barriers to Sharing Knowledge) ในองค์กรที่เรียกว่า The American Productivity & Quality Center (APQC) กรอบการวิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาบริษัทที่มีวัฒนธรรมองค์กรการเรียนรู้ ซึ่งสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ โดยได้เลือกบริษัทจำนวน 5 บริษัทเพื่อ สัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบส่วนตัว คือ (1) American Management Systems (2) Ford Motor Company (3) Lotus Development Corporation (4) National Semiconductor Corporation และ (5) PricewaterhouseCoopers LLP. ในการสัมภาษณ์ลักษณะนี้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสังเกตวัฒนธรรมขององค์กรได้อย่างใกล้ชิด วัฒนธรรมองค์กร มีบทบาทที่สำคัญในการจัดการความรู้ให้ประสบความสำเร็จ เราพบตัวอย่างมากมายที่ถึงแม้จะมีการใช้แนวคิดการจัดการความรู้เป็นอย่างดี แต่กลับประสบความล้มเหลว เพราะคนเชื่อว่าพวกเขาได้มีการแบ่งปันความรู้ที่เพียงพอแล้ว แต่บรรดาผู้บริหารกลับไม่ให้การสนับสนุนเท่าที่ควร ซึ่งทำให้ระบบการแบ่งปันความรู้ต้องถูกยกเลิกไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัยว่า ไม่ว่าบริษัทจะให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ขนาดไหนก็ตาม เรื่องวัฒนธรรมจะมีความสำคัญมากกว่า บริษัทที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการจัดการความรู้ล้วนแต่ไม่พยายามที่จะเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของตนให้เข้ากับรูปแบบการจัดการความรู้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้การศึกษาสรุปลงได้ว่า ไม่มีวิธีใด ๆ ที่แท้จริงที่ทำให้ผู้คนแลกเปลี่ยนความรู้ แต่มีหลายวิธีที่สามารถใช้ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมและรูปแบบขององค์กรเอง

ผลการศึกษาพบว่า การเอาชนะอุปสรรคทางวัฒนธรรมของการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน ความรู้นั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการที่องค์กรออกแบบหรือนำเอาการจัดการความรู้มาใช้ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนวัฒนธรรมขององค์กร งานวิจัยนี้มีผลสรุปได้ดังนี้ การจะสร้างวัฒนธรรมการแบ่งปัน ความรู้จะต้องสร้างความเชื่อมโยงที่เห็นได้ชัดระหว่างการแบ่งปันความรู้และ เป้าหมายของธุรกิจ รวมทั้งปัญหา และผลลัพธ์ สิ่งที่สำคัญคือการประยุกต์ใช้การแบ่งปันความรู้กับลักษณะขององค์กร ตนเองมากกว่าการที่จะเลียนแบบจากองค์กรอื่น ควรจะมีการเชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้กับ ผลประโยชน์ที่แท้จริงขององค์กร รวมทั้งไม่ควรคาดหวังว่าคนในองค์กรจะแบ่งปันความรู้กันเพียง เพราะว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง หรือสิ่งที่ควรกระทำ นอกจากนี้เครือข่ายมนุษย์คือปัจจัยหลักที่ทำให้เกิด การแบ่งปันความรู้ และสุดท้ายการคัดเลือกกลุ่มคนที่สามารถสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ภายใน องค์กร ตลอดจนเป็นผู้ที่มีทัศนคติต่อการแบ่งปันและได้ทำการแบ่งปันอยู่แล้วสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็น ปัจจัยสำคัญที่สุด นอกจากนี้อาจจะมีการขอร้องบุคคลที่มีอิทธิพลต่อบุคลากรหรือระดับผู้จัดการ ให้มีส่วนในการกระตุ้นให้บุคลากรมีการแบ่งปันความรู้ และทำให้การแบ่งปันความรู้เป็นกิจวัตร ประจำวัน

ปี ค.ศ. 2002 ไช (Tsai) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ โครงสร้างทางสังคม “การแข่งขันและการช่วยเหลือ” ภายในองค์กรเครือข่าย: การช่วยเหลือ การแข่งขัน และการแลกเปลี่ยนความรู้ ภายในองค์กร (Social Structure of “Coopetition” Within a Multiunit Organization: Coordination, Competition, and Intraorganizational Knowledge Sharing) เหตุผลของการเลือกหัวข้อวิจัยนี้ ไช เห็นว่า ปัจจุบันนี้ องค์กรเครือข่ายถูกจำกัดให้มิทั้งการช่วยเหลือและแข่งขันกันเอง ซึ่งสิ่งนี้นับเป็น ความท้าทายอย่างยิ่งในการดำเนินการให้มีการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ซึ่งองค์กรย่อมมักจะ เรียนรู้กันเอง และหาผลประโยชน์จากความรู้ใหม่จากองค์กรย่อยอื่น ในขณะที่เดียวกันองค์กรย่อย เหล่านี้จะทำการแข่งขันกันเองเพื่อแย่งทรัพยากรภายใน และส่วนแบ่งทางการตลาดจากภายนอก ซึ่งวิธีการสำรวจว่าการแบ่งปันความรู้ของกลุ่มองค์กรย่อยที่มีการแข่งขันกันเกิดขึ้นได้อย่างไรนั้น แบ่งออกเป็นสองวิธีหลัก ๆ คือ (1) สำรวจความสัมพันธ์ของกลไกความช่วยเหลือกันกับการ แบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กรย่อยอื่น และ (2) สำรวจความเข้มแข็งของการเชื่อมติดกันของกลไก ความช่วยเหลือกันและการแบ่งปันความรู้ ที่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของการแข่งขันระหว่างองค์กรย่อย ในส่วนขั้นตอนการทำวิจัยและเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายโดยแบ่ง แบบสอบถามออกเป็นสองช่วงเวลาคือในปี พ.ศ. 2539 ซึ่งเป็นแบบสอบถามในลักษณะตัวแปร อิสระ ส่วนแบบสอบถามช่วงที่สองคือในปี พ.ศ. 2541 จะเป็นแบบสอบถามในลักษณะตัวแปรตาม โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจผลของ ความแตกต่างของแต่ละองค์กรย่อยที่ใช้กลไกความ ช่วยเหลือกันของการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มองค์กรที่มีการแข่งขันกัน

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้เป็นสองขั้นดังนี้ ขั้นแรกกลไกความช่วยเหลือกันทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กรย่อย ส่วนขั้นที่สอง ผลการศึกษาระบุว่ามุมมองขององค์กรที่มีต่อองค์กรย่อย ควรจะได้รับการขยายอำนาจเพื่อให้ครอบคลุมถึงบทบาทหน้าที่ของการแข่งขันกันระหว่างองค์กร นอกจากนี้สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้ยังสรุปได้ว่า การแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กรย่อยสามารถพัฒนาขีดความสามารถโดยรวมขององค์กร โดยการรวมกลุ่มเรียนรู้และการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันจากกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล จากผลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าการลดข้อจำกัดในเรื่องของลำดับขั้น และเพิ่มการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรย่อย คือวิธีการที่ผู้จัดการสามารถนำไปใช้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายความรู้ภายในองค์กร และยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรของตนเองอีกด้วย

ต่อมา บ็อค และคิม (Brock & Kim, 2002) ได้ศึกษาแนวทางจิตวิทยาอุตสาหกรรม เรื่องการทลายความเชื่อที่เกี่ยวกับสิ่งตอบแทน: การสำรวจทัศนคติกับการแบ่งปันความรู้ (Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing) โดยผู้วิจัยเห็นว่า หลายองค์กร ให้ความสนใจในเรื่องกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรความรู้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับองค์กรอื่น ซึ่งก็พบว่า การแบ่งปันความรู้ เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดในการจัดการความรู้ จากผลสำรวจผู้บริหารและประธานบริษัทกว่า 260 คนพบว่า ควรมีการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคคลในองค์กร อย่างไรก็ตามการแบ่งปันความรู้กลับเป็นเรื่องที่มักจะไม่เป็นธรรมชาติ เนื่องจากผู้คนมักจะคิดว่าความรู้เป็นสิ่งที่มีค่า จึงไม่มีความต้องการที่จะแบ่งปัน (Davenport, 1997) ดังนั้นจึงควรที่จะสนับสนุนให้เกิดการสร้างแรงจูงใจเพื่อการแบ่งปันความรู้ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ในองค์กร และสิ่งเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างไร การเก็บข้อมูลการวิจัย ใช้วิธีการทำแบบสอบถามระหว่างช่วง ตุลาคม-พฤศจิกายน 2542 รวมทั้งสิ้น 900 ชุด มีแบบสอบถามกลับมาจำนวน 467 ชุด สิ่งที่ค้นพบที่น่าสนใจสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ สิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้ นั้น กลับมีผลเชิงลบต่อทัศนคติของคนที่ จะทำการแบ่งปันความรู้ ถึงแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะคิดว่าการแบ่งปันความรู้จะมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้นเมื่อมีการกำหนดสิ่งตอบแทนไว้ แต่จากงานวิจัยหลายชิ้นกลับพบว่า สิ่งตอบแทนและประสิทธิภาพไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (Kohn, 1993)

คอห์น ได้อธิบายสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นไว้ ดังนี้ ประการแรก สิ่งตอบแทนทำลายความสัมพันธ์ เมื่อมีผู้ใดก็ตามได้รับรางวัล จะต้องมีผู้อื่นที่รู้สึกพ่ายแพ้ นอกจากนี้เมื่อมีการนำเอาสิ่งตอบแทนมาเกี่ยวข้อง จะทำให้คนในองค์กรมองเพื่อนร่วมงานว่าเป็นศัตรูที่ขัดขวางความสำเร็จของตน และสิ่งตอบแทนก็เปรียบเสมือนกับบทลงโทษซึ่งสามารถทำลายแรงจูงใจที่แท้จริงในการ

แบ่งปันความรู้ได้ หนึ่งในตัวอย่างงานวิจัยกล่าวว่า “หากเขาจ่ายเงินให้ผมทำ แปลว่าสิ่งดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผมไม่อยากทำ”

บาร์โทล และศรีวาสตาว่า (Bartol & Srivastava, 2002) ได้วิจัยเรื่อง การกระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันความรู้: บทบาทของระบบสิ่งตอบแทนขององค์กร (Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems) แนวคิดพื้นฐานของผู้วิจัย คือเชื่อว่าความรู้ขององค์กรถูกจัดให้เป็นทรัพยากรที่ล้ำค่าที่ไม่สามารถจับต้องได้ สำหรับความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ โนนากะ (Nonaka, 1994) ยังได้กล่าวว่า คนคือปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างความรู้ (knowledge creation) ในองค์กร ซึ่งการแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคคลสามารถช่วยการสร้างความรู้ในระดับกลุ่ม พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ ตั้งแต่ระดับบุคคลจนถึงระดับวัฒนธรรมองค์กร (Argote, 1999) การเพิกเฉยหรือการละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากสิ่งตอบแทนนั้น เป็นสิ่งน่าแปลกใจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเมื่อพบว่า สิ่งตอบแทนนั้นถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในหลาย ๆ องค์กร จากกรอบแนวคิดในเรื่องการแบ่งปันความรู้จากการสนทนาอย่างเป็นทางการนั้น ผู้จัดหาสิ่งตอบแทน (เช่น ผู้นำทีม) สามารถสังเกตและติดตามพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของแต่ละบุคคลได้ นอกจากนี้องค์กรยังสามารถนำพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้มาใช้ในการประเมินผลงานของพนักงานได้ อย่างไรก็ตาม การแบ่งปันความรู้ได้รับอิทธิพลจาก สิ่งตอบแทนอื่น ๆ โดยอิงจากผลงานกลุ่ม ผลตอบแทนในระดับกลุ่มนั้นสามารถสนับสนุนความร่วมมือกันของสมาชิกในกลุ่ม และแต่ละบุคคลล้วนคิดว่าพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของตนเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ทำให้พวกเขาสามารถได้รับผลตอบแทนในระดับกลุ่มได้เช่นเดียวกัน สำหรับการแบ่งปันความรู้ระหว่างกลุ่ม หรือระหว่างหน่วยงานอื่น ผลตอบแทนขององค์กร เช่น การได้รับส่วนแบ่งผลกำไร และการที่พนักงานมีสิทธิในการถือหุ้นจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันความรู้ ซึ่งเมื่อพนักงานสามารถถือหุ้นได้ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันความรู้ในระดับสูงยิ่งขึ้น เนื่องจากการเป็นหุ้นส่วนของบริษัทเป็นการทำให้พนักงานมีความรับผิดชอบร่วมกันกับองค์กร และเมื่อนั้นพนักงานจะเห็นความสำคัญของการส่งเสริมให้คนอื่นใช้เวลาในการแบ่งปันความรู้ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ส่วนการแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการนั้น เนื่องจากพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ไม่สามารถวัดผลได้อย่างง่ายนั้น การกำหนดสิ่งตอบแทนเพื่อให้คุ้มค่าสำหรับพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้จึงทำได้ยาก การแบ่งปันความรู้ของพนักงานแบบไม่เป็นทางการนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยการแลกเปลี่ยนทางสังคม ที่ซึ่งการแลกเปลี่ยนหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งนั้นอาจจะไม่สามารถเป็นไปได้อย่างไรก็ตามสิ่งตอบแทนที่ถูกนำมาใช้ในการแบ่งปันความรู้ นั้น ถ้ามีความเหมาะสม ก็สามารถช่วยสร้างความไว้วางใจกันระหว่างพนักงานและองค์กรได้เช่นกัน

อาดิชวิลี เพจ และเวนทลิง (Ardichvili, Page & Wentling, 2003) ศึกษาทางด้านจิตวิทยา เรื่อง แรงจูงใจและอุปสรรคการแบ่งปันในพื้นที่เสมือนจริงในชุมชนแนวปฏิบัติ (Motivation and Barriers to Participation in Virtual Knowledge-Sharing Communities of Practice) ผู้วิจัยได้เขียนเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ซึ่งสิ่งที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดเกี่ยวกับกลยุทธ์การนำคนเข้ามาสู่การจัดการความรู้คือ ชุมชนแนวปฏิบัติเสมือนจริงที่ถูกนำมาใช้โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในระบบออนไลน์ (Cortada & Woods, 2000) ถึงแม้จะมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของชุมชนแนวปฏิบัติเสมือนจริงในองค์กรธุรกิจรอบโลก มีเพียงกลุ่มน้อย ๆ เท่านั้นที่รู้ถึงปัจจัยที่นำไปสู่การประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จของชุมชนแนวปฏิบัติเสมือนจริงก็คือสมาชิกที่มีแรงจูงใจที่จะเข้าร่วมในชุมชนที่มีการสร้างและแบ่งปันความรู้ การศึกษาก่อนหน้านี้ได้อธิบายว่าพนักงานมักจะปฏิเสธที่จะแบ่งปันความรู้ (Ciborra & Patriota, 1998) ซึ่งทำให้ความรู้ไม่เกิดการไหลเวียนอย่างสะดวกก็ตาม ถึงแม้องค์กรจะระดมความพยายามที่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ (Szulanski, 1996) ความสำเร็จของการแลกเปลี่ยนความรู้จะขึ้นอยู่กับระบบการจัดการความรู้ขององค์กรด้านสังคมและทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Holsthous, 1998) การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีชุมชนแนวปฏิบัติ 3 ชุมชนเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

จากผลการศึกษา จากการสัมภาษณ์ได้ข้อสรุปว่าพนักงานมีความคิดเห็นว่า ความรู้เป็นผลิตภัณฑ์สาธารณะขององค์กร การไหลเวียนของรู้งดงกล่าวจะเป็นไปโดยสะดวก แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าพนักงานจะให้ความสำคัญกับประโยชน์ขององค์กรและชุมชนที่พนักงานเป็นสมาชิกและมีส่วนร่วมอยู่ก็ตาม พนักงานมักจะไม่อยาก หรือลังเลที่จะแบ่งปันความรู้ ด้วยสาเหตุหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้ว การถูกวิพากษ์หรือกลัวว่าจะทำให้สมาชิกไขว้เขว เพราะไม่มั่นใจว่า สิ่งของตนเองแบ่งปันให้ถูกต้อง แม่นยำหรือไม่ หรือคิดว่าสิ่งที่ตนเองแบ่งปันไม่สำคัญ หรือสิ่งที่ตนเองแบ่งปันตรงประเด็นกับที่สมาชิกอื่นแบ่งปันกันหรือไม่ ผู้วิจัยได้เสนอแนะว่าองค์กรต้องสร้างกลไกเพื่อให้เกิดความไว้วางใจในเรื่องฐานความรู้เอง (knowledge-based) จนถึงความไว้วางใจระดับองค์กร

เซียว (Hsiao, 2006) ได้วิจัยเรื่อง แบ่งปันหรือไม่แบ่งปัน: วาระซ่อนเร้นในการแบ่งปันความรู้ (To Share or Not to Share: Hidden Agendas in Knowledge Sharing) ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เป็นการศึกษารางวัลหรือสิ่งตอบแทน (incentive) และเรื่องแรงจูงใจ ในการแบ่งปันความรู้ของกลุ่มวิศวกรบริษัทในประเทศไต้หวัน และประเทศจีน ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีของสหรัฐอเมริกาที่ตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ และอีกแห่งหนึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้า

อยู่ในไต้หวัน ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการในการเก็บข้อมูล

ผลจากการศึกษาได้ข้อสรุปว่า การที่วิศวกรชาวไต้หวันจะแบ่งปันความรู้ของตนให้กับวิศวกรชาวจีนนั้น จะเป็นการกระทำที่จะมีผลเสียต่อองค์กร เนื่องจากมีองค์กรจากหลาย ๆ ชาติในบริเวณดังกล่าววิศวกรเหล่านั้นสามารถได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้นถึงสองเท่า หากพวกเขาได้งานจากบริษัทเหล่านั้น ความก้าวหน้าทางการงานไม่ใช่สิ่งแปลกในประเทศจีน ดังนั้นการแบ่งปันความรู้ให้กับวิศวกรชาวจีนจึงเสมือนกับการส่งความรู้ที่เราครอบครองให้กับบริษัทคู่แข่ง จากเหตุผลนี้ทำให้วิศวกรชาวไต้หวันไม่ต้องการที่จะแบ่งปันความรู้ที่สำคัญ ๆ ให้กับวิศวกรชาวจีน นอกจากนี้วิศวกรไต้หวันยังกังวลถึงการต้องมีส่วนรับผิดชอบในความรู้ที่ตนแบ่งปัน ดังเช่นตัวอย่างที่ วิศวกรระดับสูงชาวไต้หวันถูกขอร้องให้แบ่งปันความรู้กับวิศวกรชาวจีนในการบำรุงซ่อมแซมเครื่องจักร วิศวกรชาวจีนได้ปฏิบัติตามคำแนะนำทั้งหมดแต่กลับสร้างความเสียหายให้กับเครื่องจักรดังกล่าว หลังการสืบสวน ความรับผิดชอบทั้งหมดตกอยู่ที่วิศวกรชาวไต้หวันเนื่องจากถูกกล่าวหาว่าให้คำแนะนำที่ผิด แต่หัวหน้าวิศวกรพบเหตุผลที่แท้จริงที่หลังจากเกิดจากวิศวกรชาวจีนเข้าใจคำแนะนำผิด และเมื่อพบสิ่งผิดปรกติก็ใช้การทดลองส่วนตัวเข้าแก้ไข จากเหตุการณ์นี้ทำให้วิศวกรชาวไต้หวัน ไม่กล้าที่จะแบ่งปันความรู้ให้กับวิศวกรชาวจีนที่ไม่น่าเชื่อถือ

หลิว และเอ็ดเวิร์ด (Liu & Edwards, 2006) ศึกษาเรื่อง การแบ่งปันความรู้ในบริษัทสินเชื่อทางการเงิน: การศึกษาเชิงสำรวจของบริษัทชาวออสเตรเลีย (Knowledge Sharing in Financial Credit Reporting: An Exploratory Case Study in an Australian Context) ความสนใจที่ศึกษาเรื่องนี้ เนื่องจากในปัจจุบันนี้ การจัดการความรู้ (knowledge management) ได้รับความสนใจจากนักวิชาการและผู้ประกอบกิจการด้านการจัดการ (Desouza, 2003) และการศึกษาหลาย ๆ ชิ้นที่กล่าวถึงการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพนั้น จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร (Alavi & Leidner, 2001) นอกจากนี้การแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) เป็นกิจกรรมที่สำคัญของการจัดการความรู้ และเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรเนื่องจาก การที่องค์กรจะสามารถยกระดับความรู้ขององค์กรเองนั้นต้องพึ่งพาบุคลากรภายในองค์กร ผู้ซึ่งเป็นคนสร้างแบ่งปัน และใช้ความรู้ (Ipe, 2003) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานของ Australian Credit Bureau ซึ่งเป็นสำนักงานด้านสินเชื่อที่ใหญ่ที่สุดในประเทศออสเตรเลีย โดยพนักงานกลุ่มนี้จะมีหน้าที่รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้กลับมาใช้ภายในสำนักงาน นอกจากนี้ยังได้มีการนำเอาเทคนิคสัมภาษณ์มาใช้เก็บข้อมูลหลักอีกด้วย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ ความรู้ที่ถูกแบ่งปันนั้นมีการรวมเอาความรู้แบบฝังลึกอยู่ด้วย ซึ่งความรู้ที่ถูกแบ่งปันผ่านทางมุมมองอื่นของการฝึกอบรมพนักงานเช่น Buddy Time

(กิจกรรมฝึกอบรมที่ไม่เป็นทางการซึ่งเป็นการให้ผู้ฝึกหัดงาน ได้สังเกตการทำงานของพนักงานที่มีประสบการณ์) และ Model Office (เป็นการให้ผู้ฝึกหัดงาน ได้ทดลองทำงานจริงภายใต้การดูแลของหัวหน้าพนักงาน) นอกจากนี้ยังรวมถึงกิจกรรมทางสังคมที่ไม่เป็นทางการอีกด้วย นอกจากนี้ การแบ่งปันความรู้แบบฝังลึกยังเกิดขึ้นในระหว่างกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ เช่น เวลาพักกลางวัน

เบลลาบาย และออเรนจ์ (Bellarby & Orange, 2006) วิจัยเรื่อง การแบ่งปันความรู้ผ่านชุมชนแนวปฏิบัติในกลุ่มอาสาสมัคร (Knowledge Sharing through Communities of Practice in the Voluntary Sector) โดยเชื่อว่าในหลายปีที่ผ่านมา กรอบแนวคิดการจัดการความรู้ และการแบ่งปันความรู้ถูกจัดว่ามาจากการศึกษาและงานวิจัยที่มีต้นกำเนิดเดียวกัน ซึ่งในการวิจัยปัจจุบันได้เน้นศึกษาในกลุ่มองค์กรด้านธุรกิจ แต่ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษากับองค์กรกลุ่มอาสาสมัคร ขณะที่การจัดการความรู้ถูกจัดให้เป็นหลักทางวิทยาศาสตร์โดยกลุ่มคนที่สนใจในการแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ได้มีงานวิจัยเชิงคุณภาพหลายฉบับที่สำรวจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ งานวิจัยนี้ ทำการวิจัยด้วยวิธีวิทยาการทฤษฎีรากฐาน (grounded theory method) คือ สร้างทฤษฎีจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์

จากการวิจัยได้ผลว่า แรงจูงใจคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้ ซึ่งนอกจากนี้ยังพบความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนของการจัดการความรู้และการแบ่งปันความรู้ กับแรงจูงใจ แรงจูงใจของคนเชื่อมโยงกับความเต็มใจที่พวกเขาจะแบ่งปันในสิ่งที่ตนรู้ ในขณะที่การวิเคราะห์สิ่งที่ได้รับการสัมภาษณ์ก็พบว่า แรงจูงใจนั้นถูกพบว่ามีผลต่อการแบ่งปันและการเรียนรู้ นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดการตามธรรมชาติและการเรียนรู้ที่มีความเชื่อมโยงกัน และการจัดการตามธรรมชาติกับทัศนคติต่อองค์กรก็มีความเชื่อมโยงเช่นกัน ซึ่งจากส่วนนี้อาจจะกล่าวได้ว่า คนมีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสอนหรือบังคับกันได้ นอกจากนี้แรงจูงใจในความปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ยังมีความสำคัญมากกว่าการได้รับสิ่งตอบแทนที่เป็นเงิน ลักษณะของการแบ่งปันจะเป็น เรื่องของประสบการณ์ และเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านการสนทนาระหว่างกลุ่มอาสาสมัครในองค์กร

ฮวง (Huang, 2009) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ และการทำงานร่วมกัน เพื่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน: การศึกษาเชิงประจักษ์ของเทคโนโลยีกลุ่มวิจัยและพัฒนา ในไต้หวัน (Knowledge Sharing and Group Cohesiveness on Performance: An Empirical Study of Technology R&D Teams in Taiwan) แนวคิดพื้นฐานของการวิจัย เชื่อว่า การทำงานเป็นกลุ่มถูกกำหนดเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร ผลผลิตขั้นต้นและการพัฒนาเทคโนโลยีส่วนใหญ่ล้วนมาจากการทำงานในแบบโครงสร้างกลุ่ม เนื่องจากมีความเชื่อว่ากลุ่มสามารถเพิ่มความรับผิดชอบและประสิทธิภาพของบุคคลได้ กลุ่มวิจัยและพัฒนาถือเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ที่เข้มข้นเป็นอย่างมาก

และความรู้เฉพาะด้านเองก็เป็นสิ่งที่ต้องการจากสมาชิกในทีมในการพัฒนาเทคโนโลยีหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในงานวิจัยนี้ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยได้ให้สมาชิกในกลุ่มวิจัยและพัฒนาจำนวน 400 คนทำแบบสอบถาม ซึ่งได้มีการตอบรับกลับมาจำนวน 290 คน

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ องค์กรจะต้องฟังกลุ่มวิจัยและพัฒนาในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งกลุ่มวิจัยและพัฒนาต้องเข้าใจถึงวิธีการที่จะทำให้การแลกเปลี่ยนความรู้ และการทำงานร่วมกันนั้นสามารถทำได้อย่างไร ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้จะช่วยพัฒนาประสิทธิภาพของกลุ่มอย่างมาก นอกจากนี้ระบบความจำร่วมกันเปรียบเสมือนตัวกลางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อใจ และการแบ่งปันความรู้ นอกจากนี้การทำงานร่วมกันยังส่งผลในทิศทางที่ดีต่อการประสิทธิภาพของกลุ่มอีกด้วย แม้ว่างานวิจัยหลาย ๆ งานระบุว่า ความเชื่อใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อการแบ่งปันความรู้ อย่างไรก็ตามสิ่งที่เราค้นพบจากงานวิจัยนี้พบว่าความเชื่อใจจะทำให้ระบบความจำร่วมส่งอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการที่สมาชิกในกลุ่มการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนั้นมาจากพื้นที่และพื้นฐานที่ต่างกัน ซึ่งทำให้ไม่มีความคุ้นเคยซึ่งกันและกันนำไปสู่การพูดคุยกันที่น้อยลงถึงแม้ว่าจะอยู่กลุ่มเดียวกันก็ตาม เมื่อเกิดความเชื่อใจขึ้นในกลุ่มสมาชิกในกลุ่มก็จะสื่อสารกันและเข้าใจกันมากขึ้นว่าใครมีความรู้ด้านใดบ้าง เมื่อสมาชิกรู้ว่าคนไหนชำนาญด้านอะไร การจะหาความรู้ที่ตนต้องการจากคนอื่นก็สามารถทำได้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้จัดการควรกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มตระหนักถึงความรู้สึกร่วมของสมาชิกคนอื่นในกลุ่มด้วยเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและความเชื่อใจกันภายในกลุ่ม เมื่อความเชื่อใจกันในกลุ่มมีมากขึ้นการแบ่งปันความรู้ก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นกัน

จากรายละเอียดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.3 โดยแยกเป็นชนิดขององค์กร และประเด็นที่ศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ทักษะคิด และแรงจูงใจ ต่อการแบ่งปันความรู้ขององค์กร

ลำดับ	ผู้วิจัย	ชื่องานวิจัย	ชนิดองค์กร	ปี
1	Inkpen	Creating Knowledge through Collaboration	American-Japanese joint ventures	1996
2	Tsai	Social Structure of “Coopetition” Within a Multiunit Organization: Coordination, Competition, and Intraorganizational Knowledge Sharing	Multiunit Organization	2002
3	Bock & Kim	Breaking the Myths of Rewards: An Exploratory Study of Attitudes About Knowledge Sharing	Hi-tech Firm	2002
4	Bartol & Srivastava	Encouraging Knowledge Sharing: The Role of Organizational Reward Systems	Business Firm	2002
5	Ardichvili, Page & Wentling	Motivation and Barriers to Participation in Virtual Knowledge-Sharing Communities of Practice	Caterpillar, Inc.	2003
6	Huang	Knowledge Sharing and Group Cohesiveness on Performance: An Empirical Study of Technology R&D Teams in Taiwan	R&D in Taiwan Firm	2009

ตารางที่ 2.4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย โครงสร้างทางสังคมขององค์กรกับการแบ่งปันความรู้

ลำดับ	ผู้วิจัย	ชื่องานวิจัย	ชนิดองค์กร	ปี
1	Liu & Edwards	Knowledge Sharing in Financial Credit Reporting: An Exploratory Case Study in an Australian Context	Financial Credit Bureau, Australia	2006

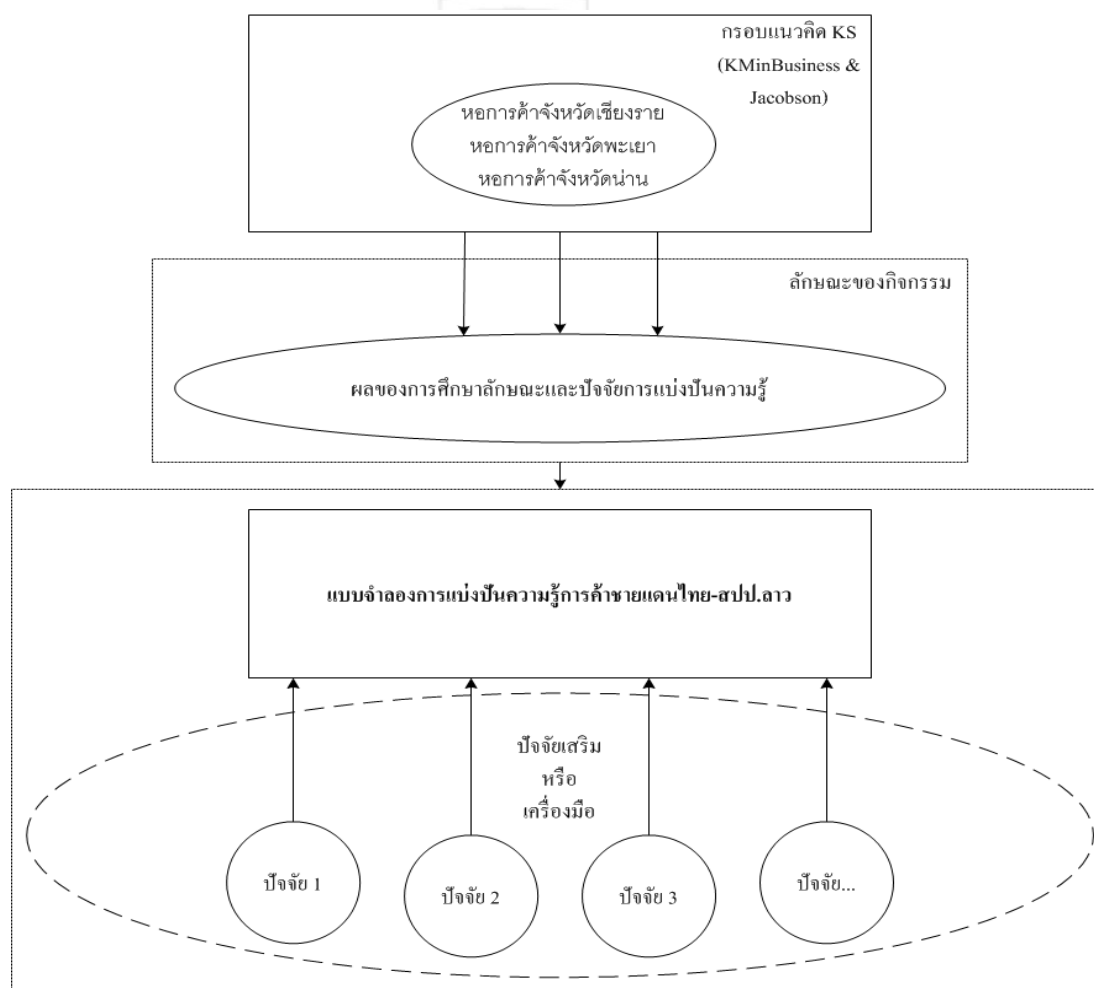
ตารางที่ 2.5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ปัญหา อุปสรรค ต่อการแบ่งปันความรู้

ลำดับ	ผู้วิจัย	ชื่องานวิจัย	ชนิดองค์กร	ปี
1	Barson, Foster, Struck, Ratchev, Pawar, Weber, & Wunram	Inter- and Intra-Organisational Barriers to Sharing Knowledge in the Extended Supply-Chain	KARE Business Extended Supply Chain	2000
2	McDermott & O'Dell	Overcoming Cultural Barriers to Sharing Knowledge	APQC	2001
3	Ardichvili, Page & Wentling	Motivation and Barriers to Participation in Virtual Knowledge-Sharing Communities of Practice	Caterpillar, Inc.	2003
4	Hsiao	To Share or Not to Share: Hidden Agendas in Knowledge Sharing	US-Based Company in Singapore	2006

ตารางที่ 2.6 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ และประเด็นปัญหาที่ศึกษา เกี่ยวกับปัจจัยที่ว่าด้วย ชุมชนแนวปฏิบัติ กับการแบ่งปันความรู้

ลำดับ	ผู้วิจัย	ชื่องานวิจัย	ชนิดองค์กร	ปี
1	Bellarby & Orange	Knowledge Sharing through Communities of Practice in the Voluntary Sector	Voluntary Sector, UK	2006

2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 2.12 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน เป็นการศึกษาลักษณะของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ที่มีพื้นที่ชายแดนที่เชื่อมต่อการค้าชายแดนกับ สปป. ลาว ซึ่งประกอบด้วยหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งหน่วยของการศึกษาในงานวิจัยนี้คือหอการค้า จังหวัดทั้งสาม กลุ่มตัวอย่างคือ กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และ กลุ่มผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ในพื้นที่ การค้าชายแดนของสามจังหวัดดังกล่าว การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นมุมมองด้านวัฒนธรรม ทางธุรกิจการค้า (นิสา ชูโต, 2548) และประสบการณ์ชีวิต (live experience) (ทวีศักดิ์ นพเกษร, 2550) และใช้การวิจัยเชิงเอกสาร

ในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญสามประการคือ

1. ศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
3. เสนอแบบแผนการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

การค้าชายแดนในงานวิจัยนี้ หมายถึงการค้าชายแดนของไทยกับสปป.ลาว ซึ่งจังหวัด เชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ต่างมีเขตแดนที่ติดกับสปป.ลาว และมีพื้นที่ชายแดนที่ทำ การค้ากับสปป.ลาว ตลอดจนหอการค้าทั้งสามจังหวัดคือหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้า จังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ต่างก็อยู่ในกลุ่มหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 กลุ่ม ล้านนาตะวันออก ซึ่งเป็นการแบ่งกลุ่มตามการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดของ กระทรวงมหาดไทย โดยมียุทธศาสตร์ที่เน้นคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเมืองการค้า ชายแดน

ความรู้การค้าชายแดนในงานวิจัยนี้แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ (1) ความรู้ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง ซึ่งมีการประกาศ หรือ มีการบันทึกในรูปแบบของ สื่อต่าง ๆ เช่น กฎระเบียบ วิธีปฏิบัติ นโยบาย กลไกระเบียบเกี่ยวกับภาษีต่างๆ ข้อมูล สถิติ ที่เกี่ยวข้องการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เป็นต้น (2) ความรู้ที่เรียกว่าเป็นความรู้ฝังลึก เป็นความรู้ที่ติดตัวของคนแต่ละคน ในงานวิจัยนี้หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ที่เป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความชำนาญ ในการค้า การติดต่อ ช่องทางการค้า การเจรจาการค้า เป็นต้น (Nonaka & Takeuchi, 1995)

ลักษณะการแบ่งปันความรู้ในการศึกษานี้ เป็นการศึกษาจากกิจกรรมของหอการค้าจังหวัด เชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน โดยกิจกรรมดังกล่าวเข้าข่ายการ แบ่งปันความรู้ (เคเอ็มอินบิซซิเนส [KMinBusiness], 2009) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาการ แบ่งปันความรู้ของงานวิจัยนี้ กิจกรรมดังกล่าว เช่น การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม เป็นต้น

3.1 พื้นที่ในการศึกษาประชากรและตัวอย่างการวิจัย

ในการกำหนดพื้นที่ภาคสนามการวิจัยและตัวอย่าง ใช้หลักการเลือกแบบยึดจุดมุ่งหมาย ของการศึกษาเป็นหลัก (purposeful sampling) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานที่ตรงกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยที่คำนึงถึงสถานที่ คนที่เลือกมาศึกษา ในงานวิจัยนี้มีลักษณะเป็น “Information - Rich Cases” คือมีอะไรให้เราศึกษาในระดับลึกได้มาก (ชาย โพธิ์ลีตา, 2550) ดังนั้น กลุ่มหอการค้าจังหวัด ภาคเหนือตอนบนที่มีการค้าชายแดนกับสปป.ลาว ซึ่งประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน จึงเป็นหน่วยของการศึกษาและเก็บข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กรรมการของหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และกรรมการหอการค้า จังหวัดน่าน และผู้ประกอบการในส่วนพื้นที่ภาคสนาม ที่มีการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ทั้งส่วนที่เป็นพื้นที่ด่านถาวร และจุดผ่อนปรนในสามจังหวัดดังกล่าวมาแล้ว โดยมีพื้นที่และ ประชากรดังนี้

3.1.1 จังหวัดเชียงราย

พื้นที่จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่กำลังเติบโตทางเศรษฐกิจ เคยถูกประกาศให้เป็นเขตเศรษฐกิจ พิเศษ โดยมติดคณะรัฐมนตรี เมื่อคราวประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจร ปี พ.ศ. 2547 ทำให้จังหวัด เชียงรายเป็นพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัด รวมทั้งการก่อสร้างสะพาน ข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 4 ซึ่งดำเนินการก่อสร้างให้แล้วเสร็จภายใน ปี พ.ศ. 2550 จะทำให้การขนส่ง สินค้า และการเดินทางของผู้คนข้ามพรมแดนแห่งนี้เป็นจำนวนมาก การสร้างสะพาน และการ

ประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ค้าชายแดนรายย่อย ซึ่งกลุ่มผู้ค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายและสมาชิกของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ดังนั้นการใช้พื้นที่จังหวัดเชียงรายในการศึกษา จึงมีความสำคัญถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่กลุ่มสมาชิกได้จัดตั้งขึ้นมา

ประชากรที่ใช้ศึกษาในจังหวัดเชียงราย การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การคัดเลือกตัวแทนประชากรในการวิจัย ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 12 ราย โดยทั้งหมดนี้ เป็นกรรมการของหอการค้าจำนวน 7 ราย การศึกษาได้คัดเลือกตัวแทนการศึกษาวิจัย ที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการค้าชายแดนด้านเชียงของจำนวน 5 ราย

3.1.2 จังหวัดพะเยา

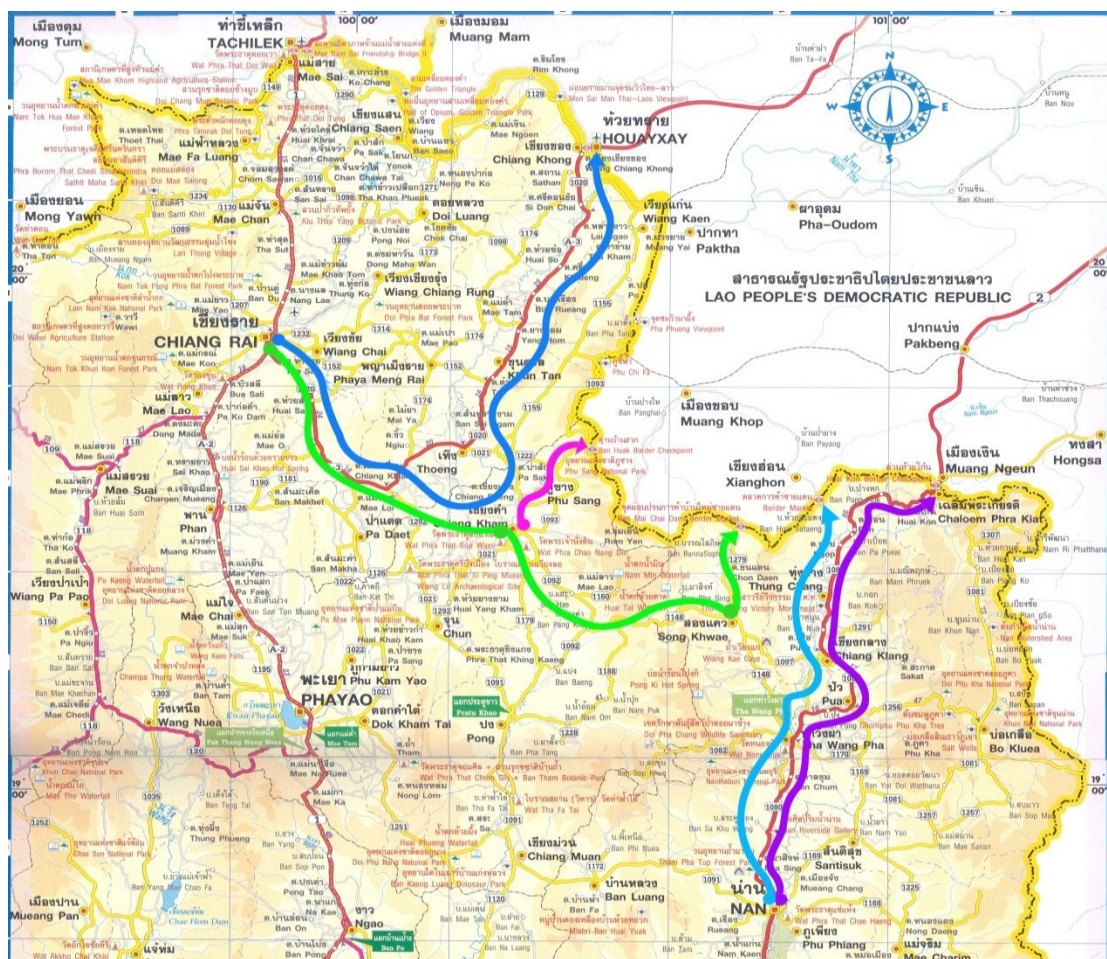
ในพื้นที่จังหวัดพะเยาเป็นพื้นที่ที่กำลังเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และเป็นทางผ่านของเส้นทางการค้าจากจีนตอนใต้ การค้าชายแดน มีจุดผ่อนปรนอยู่ 1 แห่ง ซึ่งมีการค้าในปริมาณที่ไม่มากนัก แต่มจุดผ่อนปรนนี้สามารถพัฒนาให้เติบโตได้ในอนาคต ดังนั้นการเลือกพื้นที่จังหวัดพะเยา ก็เพื่อแสดงให้เห็นว่า กรณีศึกษาการค้าชายแดนขนาดเล็กจะถูกพัฒนาให้เป็นการแบ่งปันความรู้ในองค์กรได้อย่างไร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในจังหวัดพะเยา การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การคัดเลือกตัวแทนประชากรในการวิจัย ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 8 ราย โดยทั้งหมดนี้ เป็นกรรมการของหอการค้าจำนวน 2 ราย การศึกษาได้คัดเลือกตัวแทนการศึกษาวิจัย ที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก จำนวน 5 ราย

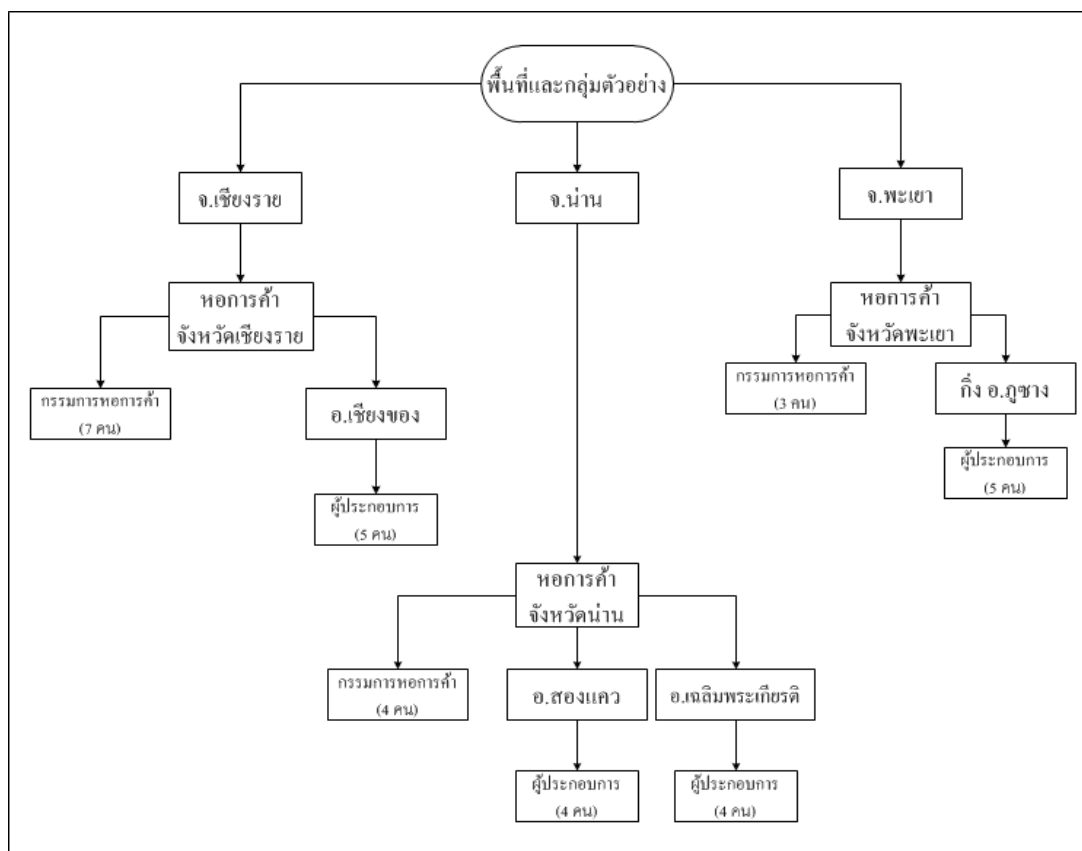
3.1.3 จังหวัดน่าน

จังหวัดน่าน มีพัฒนาการการค้าชายแดนมาอย่างยาวนานในอดีต โดยที่จังหวัดน่าน มีระบบเจ้าผู้ครองนครที่มีอำนาจ และมีพื้นที่ดูแลไกลถึงประเทศจีน เช่น เมืองสิงห์ จังหวัดน่านมีความลึกซึ้งกับหลวงพระบางมาเป็นเวลานานจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นเส้นทางการค้าที่ห้วยโก๋น จึงเป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังหลวงพระบางได้เป็นอย่างดี ถ้ามีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมแห่งนี้

ประชากรที่ใช้ศึกษาในจังหวัดน่าน การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การคัดเลือกตัวแทนประชากรในการวิจัย ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 12 ราย โดยทั้งหมดนี้ เป็นกรรมการของหอการค้าจำนวน 4 ราย การศึกษาได้คัดเลือกตัวแทนการศึกษาวิจัย ที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการค้าชายแดนจำนวน 8 ราย ประกอบด้วย จุดผ่อนปรนบ้านชนแดน จำนวน 4 ราย และด่านห้วยโก๋น จำนวน 4 ราย



ภาพที่ 3.1 แผนที่เส้นทางและด่านการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของจังหวัดเชียงราย
จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน



ภาพที่ 3.2 พื้นที่และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

3.2 หลักเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างการวิจัย

หลักเกณฑ์ในการเลือกตัวอย่างของการวิจัยเพื่อการเก็บข้อมูลด้วยการวิธีการสัมภาษณ์มีดังนี้

3.2.1 กรรมการหอการค้าจังหวัด

3.2.1.1 เป็นกรรมการหอการค้าจังหวัด หรือกรรมการที่ปรึกษา

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกกรรมการหอการค้าจังหวัดในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เป็นกรรมการหอการค้าจังหวัด หรือกรรมการที่ปรึกษาของหอการค้าจังหวัดในพื้นที่นั้น ๆ

3.2.1.2 เข้าใจเรื่องงานหอการค้าจังหวัด

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกกรรมการหอการค้าจังหวัดในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์จะต้องเป็นผู้มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย และบทบาทหน้าที่ของหอการค้าจังหวัด

3.2.1.3 สามารถให้ข้อมูลได้

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกกรรมการหอการค้าจังหวัดในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมของหอการค้า แบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว และความรู้ในเรื่องของผู้ประกอบการค้าชายแดนที่ทำการค้าอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่ภาคสนามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยนี้

3.2.1.4 เต็มใจให้สัมภาษณ์

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกกรรมการหอการค้าจังหวัดในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องมีความสมัครใจ และเต็มใจที่จะให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ของผู้วิจัย

3.2.2 ผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

3.2.2.1 ทำการค้าชายแดนมากกว่า 10 ปี

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องเป็นผู้ที่ทำการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ไม่น้อยกว่า 10 ปี ขึ้นไป และให้ข้อมูลได้

3.2.2.2 เป็นผู้ส่งออกหรือนำเข้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ก่อสร้าง สินค้าเกษตร หรือเครื่องใช้ในครัวเรือน

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องเป็นผู้ที่นำเข้าหรือส่งออกรายการสินค้าที่เป็นที่นิยมในการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

3.2.2.3 สมาชิกหอการค้า

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องเป็นหนึ่งในสมาชิกหอการค้าของจังหวัดในพื้นที่ของตน หรือเป็นสมาชิกของชมรมผู้ประกอบการค้าชายแดน (ชมรมผู้ประกอบการค้าชายแดนเป็นสมาชิกของหอการค้าจังหวัด)

3.2.2.4 อยู่ในพื้นการค้าชายแดนที่ศึกษา

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องมีความสัมพันธ์อยู่ในพื้นที่การค้าชายแดนในแต่ละจังหวัด

3.2.2.5 เต็มใจให้สัมภาษณ์

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในการให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ จะต้องมีความสมัครใจที่จะให้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์

3.3 เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในงานวิจัยนี้ จำแนกเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) การสืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (2) สัมภาษณ์ และ (3) การสังเกตการณ์ ซึ่งเทคนิคดังกล่าวถูกนำมาใช้เพื่อความเหมาะสมตามชนิดของข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.3.1 ข้อมูลเชิงคุณภาพปฐมภูมิ (Primary Qualitative Data)

หน่วยที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพปฐมภูมิคือ กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และกรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการในพื้นที่ด่านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา และในจังหวัดน่านมี 2 พื้นที่ คือ ตำบลบ้านชนแดน อำเภอสองแคว ซึ่งเป็นจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน และที่ด่านห้วยโก้น ตำบลห้วยโก้น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ การเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการในพื้นที่ต่างๆ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนามและในพื้นที่การค้าชายแดนของไทยกับ สปป.ลาว ส่วนกรรมการหอการค้าเป็นการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ ตามสถานที่ที่สะดวกสำหรับกรรมการแต่ละท่าน เทคนิคที่ใช้เก็บข้อมูลนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนาคึ่งในบางคราว

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคสังเกตแบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม เพื่อสังเกตการทำงานของกลุ่มหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ในการประชุมความร่วมมือของหอการค้า 10 จังหวัด ภาคเหนือ ในนามของคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยม เศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ ซึ่งผู้วิจัยมีส่วนร่วมในฐานะเป็นที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการดังกล่าวนับตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2551 - มีนาคม 2555 ซึ่งคณะกรรมการฯ มีการประชุมรวมทั้งสิ้น 6 ครั้ง และ ผู้วิจัยได้เป็นที่ปรึกษาประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2552 - ธันวาคม 2553 โดยผู้วิจัยได้มีส่วนเข้าร่วมประชุมกับกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย 2 ครั้ง และได้ใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการเก็บข้อมูลจากหน่วยวิเคราะห์ที่เป็นสถานที่ และเหตุการณ์ซึ่งเป็นบริบทที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคม (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2551) โดยการใช้เทคนิคการเก็บข้อมูลประกอบด้วย การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เช่น เหตุการณ์ตลาดการค้าชายแดนที่ ด่านเชียงของ จุดผ่อนปรนบ้านฮวก จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และด่านห้วยโก้น ตลอดจนได้สนทนาเพื่อเก็บข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เป็นเจ้าหน้าที่ด่านศุลกากร ตำบลห้วยโก้น พ้อคำที่เข้ามาค้าขายในตลาดการค้าชายแดน ที่มาจากต่างถิ่นและมาขายของบริเวณด่านถาวรห้วย

โก้น และร่วมเดินทางไปกับผู้ประกอบการเพื่อเยี่ยมชมลูกค้า และเจรจาการค้าและธุรกิจยังฝั่งสปป.ลาว ตลอดจนการเข้าร่วมพิธีรดน้ำคำหัวของกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ที่จัดให้กับอดีตประธานหอการค้าอาวุโส

3.3.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพทุติยภูมิ (Secondary Qualitative Data)

ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิของงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาที่ได้จาก เอกสารรายงานการประชุมของคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ(คสศ) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2 เอกสารประกอบการอบรม ที่จัดโดยหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ช่วงเวลาของข้อมูลทุติยภูมินี้ อยู่ระหว่าง มิถุนายน 2552-มิถุนายน 2554

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีการสืบค้นในส่วนที่เป็นเอกสาร และสถิติการค้าชายแดนระหว่างไทยกับ สปป.ลาว โดยแหล่งข้อมูลสถิติมาจาก กระทรวงพาณิชย์ ด้านศุลกากร และด่านที่เป็นจุดผ่อนปรนในพื้นที่จังหวัดพะเยา ตลอดจนการสืบค้นเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว

3.3.3 การเก็บข้อมูลลักษณะอื่น

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในงานต่าง ๆ ดังนี้

3.3.3.1 การเข้าร่วมในพิธีรดน้ำคำหัวซึ่งเป็นประเพณีทางวัฒนธรรมของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ที่จัดขึ้นเพื่อขอพรจากอดีตประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย และผู้อาวุโสในคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย เมื่อเดือน 8 เมษายน 2553

3.3.3.2. การร่วมเดินทางเข้าไปในเขตสปป.ลาว รวม 3 ครั้ง คือ

1. กันยายน 2552 ได้ร่วมเดินทางกับคณะกรรมการ คสศ. ไปยังเมือง หงสาแขวงไชยะบุรี ผ่านทางด่านตำบลห้วยโก้น อําเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน
2. เมษายน 2553 เดินทางติดตามผู้ประกอบการค้าชายแดน บริเวณด่านการค้าห้วยโก้น ตำบลห้วยโก้น อําเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน เข้าไปเยี่ยมชมลูกค้าที่เมืองเงิน เส้นทางเดียวกับเมืองหงสา แต่เมืองเงินอยู่ติดกับชายแดนไทยมากกว่า การเก็บข้อมูลนี้ใช้การเก็บข้อมูลแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

3. เมษายน 2553 ได้เดินทางไปสปป.ลาว โดยผ่านเส้นทางจุดผ่อนปรนที่จังหวัดพะเยา ตำบลบ้านฮวก ถึงอำเภอภูซาง โดยได้ติดตามผู้ประกอบการค้าชายแดนของตำบลบ้านฮวก ถึงอำเภอภูซาง เพื่อไปเยี่ยมลูกค้าและเจรจาธุรกิจ เป็นการเดินทางภายใน 1 วัน การเก็บข้อมูลครั้งนี้เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

3.4 หลักเกณฑ์และคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์

คำถามที่ผู้วิจัยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนา ใช้กรอบแนวความคิดตามประเภทของคำถามที่มีความลึก 3 ระดับดังนี้ (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2551)

1. คำถามหลัก (Main Question) เป็นคำถามแกนของประเด็นนั้นและมีความสัมพันธ์กับโจทย์วิจัยและคำถามการวิจัย คำถามหลักนำไปสู่การสนทนาเล่าเรื่องอย่างมีจุดหมาย (Focus)
2. คำถามตาม (Follow-up Question) เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคำถามหลัก แต่เป็นคำถามที่นำไปสู่รายละเอียดของเรื่องราวมากยิ่งขึ้น
3. คำถามล้วงลึก (Probe) เป็นคำถามตามที่มีความลึกมากยิ่งขึ้น นำไปสู่เรื่องราวที่ละเอียดหรืออ่อนไหว ซึ่งในยามปรกติผู้ตอบอาจไม่ต้องการตอบ หรือนำไปสู่เรื่องราวที่ปกติจะไม่พูดคุยอย่างเปิดเผย คำตอบที่ได้อาจอยู่ในประเด็นหรือนอกประเด็นก็ได้ โดยที่ผู้วิจัยอาจไม่เคยคิดมาก่อน คำถามล้วงลึกจะนำไปสู่ความเข้าใจโดยละเอียดลึกซึ้ง เกิดความชัดเจน หรือนำไปสู่ความคิดใหม่ ๆ ในประเด็น (topic) นั้น

ลักษณะคำถามใช้สัมภาษณ์ แยกตามกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ แยกเป็น ดังนี้

3.4.1 กลุ่มกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และกรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน

ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key information) เป็นลักษณะของคำถามที่ประกอบด้วย คำถามหลัก คำถามตาม และคำถามล้วงลึก ดังนี้ ลักษณะคำถามหลักจะให้เล่าถึงภูมิหลัง ประสบการณ์ และการเป็นกรรมการหอการค้าจังหวัด ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการค้าชายแดนของจังหวัดนั้น ๆ ความคิดเห็นเกี่ยวประเด็นการค้าชายแดน การแบ่งปันความรู้ การทำงานร่วมกับผู้ประกอบการค้าชายแดน ความคิดเห็นและความเข้าใจที่เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

คำถามตามก็จะเป็นคำถามที่ลงไปในรายละเอียดจากคำถามหลัก และคำถามล้วงลึก ก็จะเป็นเรื่องที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์จากการตอบคำถามในคำถามหลัก และคำถามตาม เช่น ความคิดเห็นต่อการทำงานของหอการค้าจังหวัด คำถามที่เกี่ยวกับการทำงานกับภาครัฐ เป็นต้น

แนวของคำถามหลักที่ใช้สัมภาษณ์ กรรมการหอการค้าจังหวัด ประกอบด้วยหัวข้อ ต่อไปนี้

1. หอการค้าเป็นเวทีในการแบ่งปันความรู้เรื่องใดบ้าง
2. การมีส่วนในการแบ่งปันความรู้ ความรู้ใด ฐานะผู้ให้หรือผู้รับ
3. ความรู้ที่มีการแบ่งปันมาจากไหน
4. มีการแบ่งปันความรู้บ่อยแค่ไหน
5. หลังจากการแบ่งปันความรู้แล้ว สามารถนำความรู้ที่ได้มาทำอะไรได้บ้าง หรือใช้กับการดำเนินงานได้สำเร็จหรือไม่
6. สาเหตุที่ต้องมีการแบ่งปันความรู้
7. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น มีความทันสมัยหรือไม่
8. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น เป็นความรู้อะไร
9. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น สามารถนำไปต่อยอดทำอะไรได้บ้าง
10. อะไรคือเหตุผลที่ทำให้ความรู้ที่ได้นั้น ไม่มีการนำมาใช้

3.4.2 กลุ่มผู้ประกอบการค้าชายแดน

กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการค้าชายแดน จะเป็นคำถามประกอบด้วย คำถามหลัก เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์อยู่ในบรรยากาศ สันทนา ได้พูดเล่าประสบการณ์ของตนเองในประเด็นการค้าชายแดน พื้นฐานส่วนลึกบางประเด็น ที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน ประสบการณ์การทำงานกับกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ตลอดจนการทำงานร่วมกับหอการค้าของจังหวัดนั้น ๆ คำถามเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

หลังจากนั้นจะเป็นคำถามตาม ซึ่งเป็นเรื่องความคิดเห็น ทศนคติต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน การติดต่อกับหอการค้าจังหวัด และประเด็นอื่นที่ตามมาจากการ สันทนา ส่วนคำถามระดับที่ เป็นคำถามลึกลับนั้น จะเป็นการถามที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และความ เต็มใจของผู้ตอบ ซึ่งในบางกรณีก็สามารถใช้คำถามลึกลับได้ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการประเด็นการค้า ชายแดน และการทำงานร่วมกัน ทศนคติที่มีต่อประเด็นการแบ่งปันความรู้

กรอบแนวคำถามหลักเป็นดังนี้

1. เล่าประสบการณ์การค้าชายแดน ชนิดของสินค้า ช่องทางการค้า
2. มีการแบ่งปันความรู้บ่อยแค่ไหน ระหว่างหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการ และระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน พบกันที่ใด
3. การมีส่วนในการแบ่งปันความรู้ ความรู้ใด ฐานะผู้ให้หรือผู้รับ
4. ความรู้ที่มีการแบ่งปันมาจากไหน

5. หลังจากการแบ่งปันความรู้แล้ว สามารถนำความรู้ที่ได้มาทำอะไรได้บ้าง หรือใช้กับการดำเนินงานได้สำเร็จหรือไม่
6. อะไรเป็นสาเหตุที่ต้องให้มีการแบ่งปันความรู้
7. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น มีความทันสมัยหรือไม่
8. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น เป็นความรู้อะไร
9. ความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันนั้น สามารถนำไปต่อยอดทำอะไรได้บ้าง
10. อะไรคือเหตุผลที่ทำให้ความรู้ที่ได้นั้น ไม่มีการนำมาใช้

3.5 ระยะเวลาในการวิจัย และวิธีการดำเนินงานในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

ระยะเวลาในการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน 2552 - เดือนมิถุนายน 2554 โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลภาคสนาม แบ่งเป็นช่วงระยะเวลาได้ดังนี้

3.5.1 ระยะที่หนึ่ง

ช่วงเดือนพฤษภาคม 2552 - เดือนมิถุนายน 2552 เป็นระยะเริ่มเข้าสู่ภาคสนามเพื่อสำรวจและทำความเข้าใจ เพื่อเตรียมเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนา ในพื้นที่ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และสำรวจพื้นที่ฝั่งแขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว

ช่วงเดือนกรกฎาคม 2552 - เดือนสิงหาคม 2552 สำรวจพื้นที่และทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการในจังหวัดน่าน ที่ตำบลห้วยโก้น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และตำบลบ้านชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน และที่จังหวัดพะเยา ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง

ช่วงเดือนกันยายน 2552 ได้ไปที่จังหวัดน่านเพื่อร่วมประชุมกับคณะกรรมการโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และไปศึกษาดูงานกิจการ โรงไฟฟ้าถ่านหินลิกไนต์ ของกลุ่มบ้านฉาง เมืองหงสา แขวงไชยบุรี สปป.ลาว ซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับด่านถาวรห้วยโก้น

ทั้งนี้ในแต่ละพื้นที่ใช้เวลาอยู่ประมาณ 3 - 4 วัน

3.5.2 ระยะที่สอง

เป็นระยะเริ่มสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการ 4 รายและสังเกต บรรยากาศ ตลาดการค้าชายแดน ณ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2552 ใช้เวลา 1 สัปดาห์

3.5.3 ระยะที่สาม

ช่วงเดือนเมษายน 2553 ระยะเวลาประมาณ ระยะเวลารวม 2 สัปดาห์

ลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสังเกตการณ์บรรยากาศตลาดการค้าชายแดน ณ ตำบลบ้านสวก กิ่งอำเภอภูซาง สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 5 ราย และได้ติดตามผู้ประกอบการเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม ฝั่งพื้นที่สปป.ลาว ณ เมืองคอบ และ เมืองปากคอบ สังเกตการณ์ การเจรจา ตกลงเรื่องการทำการเพาะปลูกถั่วลิสง ที่ฝั่งสปป.ลาว และได้ติดตามผู้ประกอบการไปเยี่ยมญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นชาวสโล่ ระหว่างทางไปเมืองปากคอบ สปป.ลาว

จังหวัดน่าน ที่ด่านบ้านชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากับผู้ประกอบการรวม 6 ราย

ณ ด่านห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ได้สัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ รวม 3 ราย และได้ติดตามผู้ประกอบการ เพื่อเยี่ยมชมลูกค้า ฝั่งสปป.ลาว ณ เมืองเงิน สปป.ลาว แขวงไชยะบุรี สัมภาษณ์ผู้ประกอบการจังหวัดน่าน ที่อำเภอปัว 2 ราย และอำเภอเมือง 1 ราย

ได้สัมภาษณ์ กรรมการหอการค้า จังหวัดน่านรวม 4 คน ณ อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

ทั้งนี้แต่ละสถานที่ดังกล่าวข้างต้น ใช้เวลา ประมาณ 3 - 4 วัน

สำหรับกลุ่มกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย และหอการค้าจังหวัดพะเยา ได้สัมภาษณ์ในช่วงเวลาเดือน เมษายน - มิถุนายน 2553

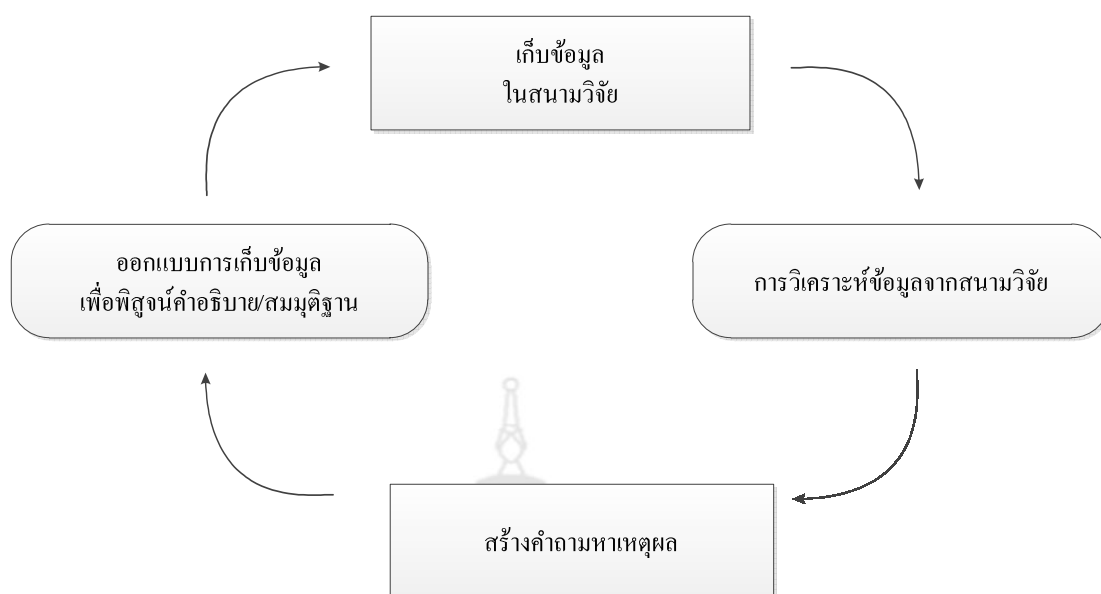
3.5.4 ระยะที่สี่

เป็นการตรวจทานข้อมูล วิเคราะห์ และเรียบเรียงรายงานวิจัยบางส่วน นอกจากช่วงระยะทั้ง 3 ช่วงดังกล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมจากการประชุม และการสัมมนา ทั้งของในส่วนหอการค้าจังหวัด 10 จังหวัดภาคเหนือ ในฐานะเป็นที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการ โครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2551 - 2554 (สิ้นสุด 1 มิถุนายน 2555) และในฐานะที่เป็นที่ปรึกษาประธานหอการค้า จังหวัดเชียงราย พ.ศ. 2552 - 2553 (สิ้นสุด ธันวาคม 2553)

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์ข้อมูล แบบการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) คือการวิเคราะห์ตัวสาระ หรือข้อความ (message) (สุภางค์ จันทวานิช, 2553) จากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารงานวิจัย รายงานการประชุม รายงานการสัมมนา โครงการฝึกอบรม รวมทั้งข้อความที่จัดบันทึกจากเทปเสียงเพื่อหาแบบแผน (pattern) ประเด็นหลัก (theme) รวมทั้งแก่นสาระ (core consistence) และแก่นความหมาย (core meaning) ในปรากฏการณ์ที่ศึกษา (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2550, หน้า 107) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการติดตามสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (induction) กล่าวคือเมื่อเก็บข้อมูลจากภาคสนามวิจัย มีการวิเคราะห์ข้อมูล สร้างข้อสรุปเชิงนามธรรม สร้างองค์ความรู้ด้วยการสร้างคำอธิบายเชิงเหตุผล/ตรรกะ (logic) ทัวไปซึ่งมาจากการรวบรวมรูปธรรมของข้อมูลความจริง (facts) ที่มีลักษณะเจาะจง (specific) มาทำการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นไปตามหลักการอุปนัย (อุปมาน - Inductive) (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2550) ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการดังกล่าวนี้ เมื่อเริ่มเก็บข้อมูล กลุ่มผู้ประกอบการค้าชายแดนที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายในเดือน กรกฎาคม 2552 และวิเคราะห์เป็นข้อสรุปเบื้องต้นเพื่อสร้างสมมติฐาน เพื่อออกแบบเก็บข้อมูลในลักษณะการตั้งคำถามตาม (follow-up question) และคำถามที่คล้อยคลอเคลา (probe) หรือล้วงลึก ในรอบต่อไปที่จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่านตามลำดับ เพื่อหาคำตอบยืนยัน หรือลบล้างคำอธิบายหรือสมมติฐานเบื้องต้นที่ตั้งขึ้นมาจากการเก็บข้อมูลรอบแรก (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2550)

ดังนั้นในการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ ใช้หลักการการวิเคราะห์เนื้อหาและการตีความ (content analysis) หลักการแบบอุปนัย (induction) และหลักการปรนัย (deduction) ผสมผสานกัน ดังกล่าวมาแล้ว ในขณะเดียวกัน การวิเคราะห์และการสร้างสมมติฐาน และคำอธิบายจากงานภาคสนาม จะมีการตรวจสอบทบทวนอยู่ตลอดเวลา และมีลักษณะการดำเนินงานเป็นวงจร ดังสามารถแสดงในภาพที่ 3.3 ซึ่งปรับปรุงมาจาก ทวิศักดิ์ นพเกษร (2550)



ภาพที่ 3.3 วงจรการสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากภาคสนาม

3.6.1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลจากสนามวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากสนามวิจัยเป็นขั้นตอนดังนี้ ปรับปรุงจาก สุภาศักดิ์ จันทวานิช (2553)

3.6.1.1 เริ่มเข้าสู่สนามวิจัยเพื่อเก็บข้อมูล

3.6.1.2 จากบันทึกและข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาจำแนกประเภทตามสาระและประเด็นที่สำคัญเพื่อเชื่อมโยงกับโจทย์การวิจัย

3.6.1.3 ทำการเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อหาความเหมือนและความแตกต่างกันของประเด็นต่าง ๆ

3.6.1.4 ประมวลคุณลักษณะข้อมูลและเชื่อมโยงเหตุการณ์ความสัมพันธ์ของข้อมูลในลักษณะที่ข้อมูลเหมือนกัน คล้ายคลึงกัน จัดอยู่ในประเภทหรือกลุ่มเดียวกัน รวมทั้งคุณลักษณะที่ต่าง

3.6.1.5 ขยายวงของการเปรียบเทียบแล้วเลือกเน้นเหตุการณ์หรือประเด็นที่เป็นกุญแจสำคัญ

3.6.1.6 สรุปประเด็นสาระสำคัญหรือคำอธิบายเพื่อเป็นสมมติฐานของการออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลหรือสรุปข้อมูลสุดท้าย

อนึ่ง การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ จะเกิดขึ้นระหว่างการเก็บข้อมูลและหลังเก็บข้อมูล

3.7 ความเชื่อถือได้ของข้อค้นพบ

งานวิจัยนี้ใช้หลักเกณฑ์การยืนยันความน่าเชื่อถือได้ของข้อค้นพบในลักษณะที่เรียกว่า “Triangulation” ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบข้อค้นพบ (findings) ของปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษา (phenomenon) จากแหล่งและมุมมองที่ต่างกัน (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2551) ทั้งนี้โดยใช้หลักเกณฑ์ที่สำคัญคือ

3.7.1 ด้านข้อมูล

ใช้การเปรียบเทียบและตรวจสอบ (cross-check) ความแน่นอนของข้อมูล (consistency) (ทวิศักดิ์ นพเกษร, 2551) โดยได้เปรียบเทียบข้อมูลที่เป็นประเด็นเดียวกัน จากผู้ให้ข้อมูลหลายๆคน ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง (facts) และไม่ใช่อคติเห็น

3.7.2 การทบทวน

มีการสอบถามข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลกับผู้วิจัย และสอบถามข้อมูลกับผู้ที่มีประสบการณ์และเข้าใจเรื่องการค้าชายแดน และเข้าใจเกี่ยวกับหอการค้าจังหวัด เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ แม่นยำ และมีความน่าเชื่อถือได้ของสิ่งที่ค้นพบ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษาของการวิจัย เรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามประการคือ ประการแรก ศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประการที่สอง ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน และประการที่สาม เสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

หน่วยการศึกษาของการวิจัยนี้ คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน โดยมีกลุ่มตัวอย่างมาจาก กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยาและ กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการเขตการค้าชายแดนไทย กับ สปป.ลาว ในพื้นที่ ด่านถาวรเชียงของ จุดผ่อนปรนบ้านฮวก จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และด่านถาวรห้วยโก๋น

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) และการวิจัยจากเอกสารวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น

1. รวบรวมข้อมูลและศึกษาวิเคราะห์จากเอกสารรายงานประชุมประจำเดือน รายงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี และรายงานผลการดำเนินงานประจำปี ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน ตลอดจนงานเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. การสัมภาษณ์กรรมการหอการค้า จังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย กับ สปป.ลาว ในพื้นที่ด่านถาวรเชียงของ พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น
3. การสังเกตการณ์ ช่วงระยะของการศึกษานี้คือ ระหว่างเดือน มิถุนายน 2552 มิถุนายน 2554

ลักษณะการแบ่งปันความรู้ในงานวิจัยนี้คือกิจกรรมต่าง ๆ (activities) ที่หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่านเป็นผู้ดำเนินการ หรือ มีส่วนร่วมเป็นผู้จัด หรือหอการค้าจังหวัดโดยกรรมการ เป็นผู้ให้ความรู้ หรือเป็นผู้รับความรู้ นอกจากนี้รวมถึงกิจกรรม ที่เป็นการประชุม การสัมมนาของหอการค้าจังหวัด ซึ่งเข้าข่ายการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ตามกรอบแนวคิดของ KMinBusiness (2009) ของงานวิจัยนี้

ความรู้การค้าชายแดนที่ใช้ เป็นกรอบของการศึกษาแบ่งเป็น สองประเภท คือ (1) ความรู้ที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง หมายถึงที่มีการประกาศ มีการบันทึกในรูปแบบของ สื่อต่าง ๆ เช่น กฎระเบียบ วิธีปฏิบัติ นโยบาย กลไกระเบียบเกี่ยวกับภาษีต่าง ๆ ข้อมูล สถิติ ที่เกี่ยวข้องการค้าชายแดนไทย กับ สปป.ลาว เป็นต้น (2) ความรู้ที่เรียกว่าเป็นความรู้ฝังลึก เป็นความรู้ที่ติดตัวของคนแต่ละคน ในงานวิจัยนี้หมายถึงความรู้เกี่ยวกับการค้าชายแดนไทย กับ สปป.ลาว ที่เป็นประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ความชำนาญในการการค้า การติดต่อ ช่องทางการค้า การเจรจาการค้า เป็นต้น

สาระของการนำเสนอของบทนี้ แบ่งออก สองส่วน คือ ส่วนแรกประกอบด้วย ผลการศึกษาในส่วนที่เป็นบริบทดังนี้

1. การรวมตัวของนักธุรกิจในสังคมไทยและความเป็นมาของหอการค้าจังหวัด
2. ความเคลื่อนไหวของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
3. สถานการณ์การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว กับจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่มล้านนาตะวันออก
4. วัฒนธรรมองค์กรของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยาและหอการค้าจังหวัดน่าน

ส่วนที่สองของบท เป็นผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
3. เสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

4.1 สภาพทั่วไปของพื้นที่การศึกษา

จากการศึกษาของ เอนก เหล่าธรรมทัศน์ (2539) เรื่อง มองความเคลื่อนไหวของสมาคม สามารถสรุปได้ถึงการรวมตัวกันของนักธุรกิจไทย จนกระทั่งมาเป็นสมาคมการค้าที่ตั้งอยู่ใน ส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคของประเทศได้ดังนี้

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา และภายหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบ สมบูรณาญาสิทธิราชย์ พ้อค้าคนไทยและคนไทยเชื้อสายจีนเกิดความรู้สึกชาตินิยม ต้องการรวมตัว กันตั้งสมาคมธุรกิจการค้าของคนไทยเป็นแห่งแรก คือ “หอการค้าสยาม” ในปีต่อมาสมาคมธุรกิจ การค้าของคนไทยเพิ่มขึ้นอีก 2 แห่ง คือ สมาคมส่งเสริมการค้าและการพาณิชย์สยาม และสหภาพ พ้อค้าสยาม ซึ่งการมีสมาคมและสหภาพพ้อค้าสยาม ซึ่งการมีสมาคมดังกล่าวนี้สอดคล้องกับ นโยบายของรัฐบาลชุดต่าง ๆ นับตั้งแต่หลังปฏิวัติปี พ.ศ. 2575 ทั้งนี้เพราะต้องการให้สมาคมธุรกิจ การค้าของไทยช่วยลดทอนอิทธิพลของชาวต่างชาติที่ควบคุมธุรกิจไทยในขณะนั้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2476 กระทรวงเศรษฐกิจ คือ กระทรวงพาณิชย์ปัจจุบันได้ออกมาตรการ 9 ประการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการค้าอุตสาหกรรมในประเทศ และหนึ่งในมาตรการนั้นได้กล่าวว่า จะสนับสนุนอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม จะเห็นได้จากหอการค้าสยามในขณะนั้นของจดทะเบียน เป็นสภาการค้าสยาม โดยมีจุดมุ่งหมายกำหนดให้ทุกบริษัทต้องจดทะเบียนเป็นสมาชิกรัฐบาล กับปฏิเสธคำขอ โดยยืนยันให้องค์กรนี้ทำงานเป็นสมาคมโดยมีสมาชิกตามความสมัครใจ ในที่สุด สมาคมการค้าของคนไทย “หอการค้าสยาม” ก็มีสมาชิกจำนวนไม่มาก ขาดการสนับสนุนจากทาง ภาครัฐ มีเงินทุนจำกัด เมื่อเทียบกับหอการค้าชาวยุโรป และหอการค้าชาวจีน

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2509 ในช่วงรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร รัฐบาลไทยมีนโยบาย เกี่ยวกับสมาคมธุรกิจขึ้นอย่างเป็นระบบเป็นครั้งแรก โดยมีนโยบายปรากฏเป็นกฎหมาย 2 ฉบับ คือ พระราชบัญญัติหอการค้า 2509 และพระราชบัญญัติสมาคมการค้า พระราชบัญญัติทั้งสองมี วัตถุประสงค์เพื่อจัดโครงสร้างของสมาคมต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้อยู่ในสถานะที่เป็นทางการขึ้น โดยจัด สมาคมธุรกิจเป็น 2 ประเภทคือ

1. สมาคมการค้าที่มีสมาชิกเป็นบริษัทหรือเอกชน ที่มีอยู่ในกิจการการค้า หรือกิจการ อุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน
2. หอการค้าซึ่งมีสมาชิกเป็นบริษัทหรือเอกชน และสมาคมต่าง ๆ ที่อยู่ในธุรกิจการค้า หรือกิจการอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ กัน โดยหอการค้าก็สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ หอการค้าที่เป็นการรวมตัวตามเชื้อชาติของผู้ประกอบกิจการ เช่น หอการค้าไทย หอการค้าจีน หอการค้าอเมริกัน หอการค้าอินเดีย เป็นต้น ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือ หอการค้าที่รวมตัวกันตามเขต

พื้นที่ได้แก่หอการค้าจังหวัดต่าง ๆ และหอการค้าไทย ซึ่งมีสถานะเป็นตัวแทนของหอการค้ากรุงเทพ และหอการค้าของนักธุรกิจเชื้อชาติต่าง ๆ ซึ่งหอการค้าต่างประเทศสามารถจัดตั้งได้เฉพาะในเขตกรุงเทพฯ เท่านั้น

ในช่วงปี พ.ศ. 2509 นี้เองเป็นช่วงที่รัฐบาลได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 สมาคมธนาคารไทยและสมาคมอุตสาหกรรมไทย ซึ่งเพิ่งตั้งขึ้นในช่วงนี้ และสภาหอการค้าก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและข้อคิดเห็นในแผนดังกล่าว

หอการค้าจังหวัดที่ตั้งในช่วงหลังพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 มีเพียงหอการค้าจังหวัดเชียงราย และหอการค้าจังหวัดชลบุรี 2 แห่งเท่านั้น และโดยภาพรวมนับตั้งแต่มีพระราชบัญญัติ 2 ฉบับดังกล่าวมาแล้ว จนกระทั่งปี พ.ศ. 2516 สมาคมด้านธุรกิจต่างๆ ก็ยังขาดความเข้มแข็งในหลายด้าน และยังไม่ได้ทำหน้าที่ตนเองในฐานะกลุ่มผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพนัก จนกระทั่งในช่วงปี พ.ศ. 2516-2519 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของประเทศ ถึงแม้จะมีบรรยากาศที่มีเสรีภาพทางการเมือง มีนักธุรกิจเข้าสู่การเมืองในช่วงนี้ สมาคมทางธุรกิจยังไม่ได้ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ และสภาพของสมาคมต่าง ๆ ไม่เข้มแข็ง จนกระทั่งปี พ.ศ. 2519-2521 เป็นยุครัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร ซึ่งมาจากรัฐประหารในปี พ.ศ. 2519 จนกระทั่งมีรัฐบาลชุด พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ในปี พ.ศ. 2523 และในปี พ.ศ. 2524 ได้ตั้งคณะกรรมการร่วมภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ กำหนดประชุมทุกเดือน กรรมการที่มาจากภาคเอกชนประกอบด้วย ผู้แทนจากสภาหอการค้าไทย สมาคมอุตสาหกรรมไทย และสมาคมธนาคารไทย นอกจากนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2526-2527 รัฐบาลได้เริ่มสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจในส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะหอการค้าจังหวัดเกิดขึ้น โดยการเสนอให้มีการศึกษา อบรมแก่ผู้นำธุรกิจที่เกี่ยวกับสมาคมธุรกิจ ตลอดจนสนับสนุนวัสดุ สำนักงาน และให้สิทธิกับหอการค้าจังหวัดเข้าร่วมคณะกรรมการร่วมภาครัฐ และเอกชนของจังหวัด ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ช่วงเวลาดังกล่าวนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524-2529 มีหอการค้าจังหวัดเกิดขึ้นครบทุกจังหวัด ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือเป็นการกระตือรือร้นของหอการค้าจังหวัดเองด้วย ที่ต้องการรวมตัวกันเพื่อเป็นองค์กรที่รักษาผลประโยชน์ของนักธุรกิจในต่างจังหวัด และมีส่วนร่วมในการผลักดันนโยบายต่าง ๆ ด้านเศรษฐกิจและการค้า

โดยสรุป ประเทศไทยมีองค์กรหรือสมาคมธุรกิจประเภทองค์กรประสานอยู่ 3 ลักษณะ

กลุ่มที่ 1 เป็นสมาคมธุรกิจประเภทองค์กรประสาน ประกอบด้วย

1. สภาหอการค้า
2. หอการค้าไทย
3. สมาคมอุตสาหกรรมไทย/สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

4. สมาคมธนาคารไทย
5. สมาคมอุตสาหกรรมเหมืองแร่
6. องค์กรประสานที่ไม่ได้เป็นนิติบุคคล

กลุ่มที่ 2 หอการค้าต่างประเทศ

กลุ่มที่ 3 สมาคมการค้า

1. สมาคมผู้ส่งออกผลผลิตการเกษตรต่าง ๆ
2. สมาคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ
3. สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. สมาคมในธุรกิจประเภทการเงิน
5. สมาคมอุตสาหกรรมและการค้าภายในประเทศ

4.1.1 ความเคลื่อนไหวของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน เป็นการจัดกลุ่มของหอการค้าจังหวัดโดยเชื่อมโยงกับการบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดของกระทรวงมหาดไทย เป็นรูปแบบการบริหารงานแบบบูรณาการของการรวมกลุ่มจังหวัด ที่มีความเชื่อมโยงกันในด้านต่าง ๆ โดยมี “สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์ (The Office of Strategy Management: OSM)” เป็นสำนักงานระดับปฏิบัติการขนาดเล็ก ทำหน้าที่เชื่อมโยงขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ประสานงานโครงการระดับกลุ่มจังหวัด และประสานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จังหวัดที่อยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนบนมีรวม 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน น่าน พะเยา แพร่ และเชียงราย แต่ได้มีการแบ่งย่อยเป็นกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 และตอนบน 2 ซึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 (ล้านนาตะวันออก) ประกอบด้วย น่าน พะเยา แพร่ และเชียงราย โดยมีสำนักงานบริหารยุทธศาสตร์ ตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัดเชียงราย ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และเมืองการค้าชายแดน ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของกลุ่มจังหวัดเหล่านี้ โดยจะเห็นได้จาก มีมูลค่าการค้าชายแดนที่สูงเกินดุลย์มาตลอด หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีการรวมตัวกันในฐานะกรรมการที่ทำงานร่วมกัน แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และคณะกรรมการหอการค้าภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2

4.1.2 คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ

จากเอกสารรายงานการดำเนินงานของคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ ปี พ.ศ. 2551 (หน้า 19) ได้รายงานสรุปประวัติและความเป็นมาของ คสศ.ว่า เป็นความริเริ่มของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่และหอการค้าอีก 8 แห่ง ซึ่งเป็นหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน ต่อมาเมื่อหอการค้าจังหวัดอีก 1 จังหวัดที่เพิ่มเข้ามาคือ หอการค้าจังหวัดตาก จึงรวมเป็นทั้งสิ้น 10 หอการค้าจังหวัด เป้าหมายที่สำคัญของ คสศ. คือ เป็นคณะกรรมการเพื่อร่วมผลักดันโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หรือความร่วมมืออนุภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน เริ่มแรกคณะกรรมการชุดนี้มีชื่อว่า คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้าเขต 9-10 ต่อมาเปลี่ยนเป็นที่ใช้อยู่ปัจจุบัน คือ คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ คณะกรรมการนี้เริ่มมีการประชุมสมัยที่ 1 ครั้งที่ 1 เมื่อ 20 พฤษภาคม 2543 คณะกรรมการประกอบด้วย ประธานและเลขาธิการของหอการค้าทุกจังหวัดเป็นกรรมการโดยตำแหน่ง และกรรมการถาวรอีกจังหวัดละ 2 คน รวมเป็นจังหวัดละ 4 คน ซึ่งที่ผ่านมามีการประชุมครั้งแรก ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่เป็นประธาน คสศ. สมัยที่ 1 ระหว่าง พ.ศ. 2543-2546 และมีกรรมการดำเนินงานอีกสองชุด ชุดสมัยที่ 2 ระหว่าง พ.ศ. 2547-2550 ส่วนสมัยที่ 3 ระหว่าง พ.ศ. 2551-2554 ซึ่งเป็นชุดปัจจุบัน

คณะกรรมการชุดปัจจุบันได้แต่งตั้งหน่วยงานภาครัฐเข้ามาโดยประกอบด้วยผู้ว่าราชการทั้ง 10 จังหวัด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอีก เช่น พาณิชย์จังหวัดของทั้ง 10 จังหวัด และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีก 20 คน รวมทั้งกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน คสศ. มีการประชุมทุก ๆ 3 เดือน โดยหมุนเวียนไปในจังหวัดที่เป็นสมาชิกทั้ง 10 จังหวัด และมีการทัศนศึกษา และดูงานในพื้นที่ ที่เป็นเขตการค้าชายแดนในจังหวัดต่าง ๆ ที่คณะกรรมการได้ไปประชุม นอกจากนี้ยังมีการจัดศึกษาดูงานและทำการจับคู่ทางธุรกิจ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน มีส่วนร่วมในกรรมการชุดนี้ และสร้างเครือข่ายกับหอการค้าอื่น ๆ อีก 7 จังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดที่มีเรื่องการค้าชายแดนกับสปป.ลาว เช่น ก้นการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ประเด็นการค้าชายแดนในลักษณะแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติ ซึ่งในการประชุมทุกครั้ง หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือจะมีวาระรายงานสถานการณ์ในจังหวัดของตนเป็นวาระประจำ และเรื่องการค้าชายแดนนับเป็นประเด็นที่สำคัญ ในรอบปี พ.ศ. 2553 คณะกรรมการมีการประชุมทั้งหมด 4 ครั้งหมุนเวียนไปตามจังหวัดต่าง ๆ และมีการแลกเปลี่ยนและนำเสนอข้อมูลการค้าชายแดนทุกครั้ง

ที่ประชุมกรรมการชุดนี้ เป็นเสมือนเวทีที่เอื้อต่อกระบวนการแบ่งปันที่ค่อนข้างมีสมาชิกมาก และมีส่วนงานภาครัฐเข้าร่วมด้วยหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ในกรณีที่หอการค้า 10 จังหวัด มีนโยบายเกี่ยวกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว หรืออื่น ๆ ที่ต้องการผลักดันก็มักจะใช้ช่องทางโดยผ่านคณะกรรมการเพื่อโครงการสืบทอดเศรษฐกิจ (คสศ.) เปรียบเสมือนเป็นปัจจัยเสริมของการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ จากแหล่งภายนอกให้กับหอการค้าจังหวัด และในขณะเดียวกันแสดงถึงการทำงานร่วมกันระหว่างหอการค้าจังหวัดด้วย

4.1.3 คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2

คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2 ประกอบด้วย หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดแพร่ และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งมีกรรมการทั้งหมด 22 คน ประกอบด้วยประธานและเลขาธิการหอการค้าจังหวัดทั้ง 4 แห่งละ 2 คน โดยตำแหน่ง และให้ทางหอการค้าจังหวัดแต่ละแห่งเสนอชื่อกรรมการเพิ่มเติมอีกจังหวัดละ 3 คน การทำงานของคณะกรรมการชุดนี้เกิดจากกลุ่มยุทธศาสตร์จังหวัดโดยมติที่ประชุม คณะรัฐมนตรีปี พ.ศ. 2546 และในขณะเดียวกัน หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2 ก็ทำงานประสานกับหอการค้าไทยผ่านทางกรรมการชุดนี้ คณะกรรมการชุดนี้เพิ่งเริ่มทำงานและมีการประชุมแลกเปลี่ยนในปี 2554 เป็นครั้งแรก และครั้งที่สอง ในปี พ.ศ. 2555 คณะกรรมการชุดนี้มีส่วนในการผลักดันเรื่องจุดผ่อนปรนบ้านฮวก ให้เป็นด่านถาวรด้วย

คณะกรรมการทั้งสองชุดที่กล่าวมาข้างต้นจะมีบทบาทมาเสริมการทำงานของหอการค้าจังหวัดในลักษณะเป็นเครือข่าย แบ่งปันความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญ และผนึกกำลังในการสร้างและผลักดันนโยบายที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อภูมิภาคและประเทศ

4.1.4 สถานการณ์การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของจังหวัดภาคเหนือตอนบน

จากรายงานของกระทรวงพาณิชย์ ได้สรุปสถิติมูลค่าการค้าชายแดนของไทยกับสปป.ลาว ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ได้ดังนี้

4.1.5 มูลค่าและชนิดของสินค้า

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ที่ สปป.ลาว มีการเปิดความสัมพันธ์ทางการค้ากับต่างประเทศ จะพบว่า มูลค่าการค้าชายแดนของจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ซึ่งทำการค้ากับ สปป.ลาว โดยภาพรวมมีมูลค่าการค้าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี พ.ศ. 2549-2554 มูลค่ารวมของการค้าชายแดนกับสปป.ลาว ของจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และ

จังหวัดน่าน มีการเติบโตสูงมาก โดยจะมีเพียงในปี พ.ศ. 2552 เท่านั้น ที่มีมูลค่าการค้าของทั้งสามจังหวัดลดลง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทย และการระบาดของไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 (H1N1) ในช่วงเดือนเมษายน 2552

ในปี พ.ศ. 2554 เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ของสามจังหวัดคือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยาและจังหวัดน่าน จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีมูลค่าการค้าชายแดนกับสปป.ลาวสูงที่สุด โดยคิดเป็นมูลค่า 10,717.54 ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 105.82 โดยแยกเป็นมูลค่าการส่งออกจำนวน 10,172.63 ล้านบาท สินค้าส่งออกอันดับต้น ๆ ได้แก่สินค้าประเภทเชื้อเพลิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งน้ำมันดีเซลหมุนเร็วและน้ำมันเบนซิน สินค้าประเภทอื่นเช่น เครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นทั่ว ๆ ไป และผลิตภัณฑ์การเกษตร ส่วนมูลค่าการนำเข้าของจังหวัดเชียงรายจะอยู่ที่ 544.91 ล้านบาท โดยสินค้าที่มีการนำเข้าที่มีมูลค่าสูงสุด ได้แก่ สินค้าประเภทแร่ โดยเฉพาะถ่านหินลิกไนท์ ส่วนผลผลิตการเกษตรและสินค้านำเข้ามูลค่าลำดับรองลงมาได้แก่ ไม้แปรรูป จากข้อมูลมูลค่าการค้าข้างต้นของจังหวัดเชียงราย จะพบว่า จังหวัดเชียงรายมีมูลค่าการค้าเปเกินดุลถึง 9,627.72 ล้านบาท จากตัวเลขดังกล่าวนี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการค้าชายแดนของจังหวัดเชียงรายกับสปป.ลาว เป็นอย่างดี

ส่วนการค้าชายแดนของจังหวัดน่านกับสปป.ลาว นับว่ามีมูลค่าการค้าชายแดนที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี พ.ศ. 2554 ที่มีมูลค่าการค้าชายกับสปป.ลาวเติบโตถึง ร้อยละ 229.54 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2553 โดยมูลค่าการค้าชายแดนกับสปป.ลาวทั้งหมดอยู่ที่ 2,871.94 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าการส่งออกจำนวน 2,592.86 ล้านบาท สินค้าที่มีส่งออกมากที่สุดคือ น้ำมันดีเซล รถยนต์ และเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้าง คิดเป็นสัดส่วนของสินค้าทั้งหมดตามลำดับดังนี้คือ ร้อยละ 23.6 ร้อยละ 20.0 และ ร้อยละ 19.34 ส่วนมูลค่าการนำเข้าการค้าชายแดนของจังหวัดน่านกับสปป.ลาว จะอยู่ที่ 279.08 ล้านบาท สินค้าที่มีการนำเข้ามากที่สุดจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรโดยคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 46.05 ของสินค้านำเข้าทั้งหมด โดยมีเครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมและส่วนประกอบ ไม้แปรรูปเป็นลำดับรองลงมา กล่าวโดยสรุป จะพบว่าการค้าชายแดนของจังหวัดน่านกับสปป.ลาวในช่วงปี พ.ศ. 2554 มีมูลค่าการค้าเป็นบวก หรือดุลการค้าเกินดุลเป็นจำนวน 2,313.78 ล้านบาท

ในขณะเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของจังหวัดพะเยานั้นมีมูลค่าไม่มากนัก โดยมูลค่าการค้าชายแดนจังหวัดพะเยากับสปป.ลาว จะอยู่ที่ 41.94 ล้านบาท ถึงแม้จะเป็นตัวเลขที่ไม่มากนัก แต่หากเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2553 มูลค่าการค้าชายแดนของจังหวัดพะเยากับสปป.ลาวกลับมีการเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 46.90 โดยจำแนกเป็นส่งออกทั้งหมดอยู่ที่ 38.38 ล้านบาท สินค้าส่งออกที่สำคัญคือ สินค้าประเภทเชื้อเพลิง ได้แก่ น้ำมันเบนซิน และน้ำมัน

ดีเซลหมุนเร็ว ซึ่งมีสัดส่วนการส่งออกเท่า ๆ กันสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้แก่ สินค้าประเภทวัสดุ ก่อสร้างและเสาไฟฟ้า ส่วนมูลค่าการนำเข้าคิดเป็นจำนวน 3.56 ล้านบาท สินค้านำเข้าที่สำคัญได้แก่ สินค้าประเภทไม้แปรรูป และผลิตภัณฑ์การเกษตร โดยเฉพาะ ถูกเคียว และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

เหตุที่มูลค่าการค้าของจังหวัดพะเยามีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับจังหวัดเชียงรายและจังหวัดน่านนั้น ด้วยเหตุผลด้านภูมิศาสตร์ของเมือง และชุมชนทางฝั่งสปป.ลาว ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับด่านผ่อนปรนบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยานั้น เป็นชุมชนขนาดเล็กไม่ใหญ่และหนาแน่น เมื่อเทียบกับ พื้นที่ของสปป.ลาว ที่อยู่ตรงข้ามกับเขตพื้นที่ชายแดนในจังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน

นอกจากนี้ มูลค่าการค้าชายแดนของไทยกับสปป.ลาว ของจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ที่กล่าวมาแล้ว เป็นมูลค่าการค้าชายแดนที่เป็นการค้าที่ผ่านพิธีการทางศุลกากร ซึ่งมีการบันทึกสถิติและมีมูลค่าที่ชัดเจน โดยมีการค้าผ่านการสงเคราะห์ทางการค้า การเสียค่าธรรมเนียม ภาษี เนื่องมาจากเงื่อนไขของปริมาณ มูลค่า และชนิดของสินค้า ที่ต้องสำแดงที่ด่านการค้า หรือจุดผ่อนปรนการค้าชายแดน การค้าชายแดนในลักษณะนี้ เป็นเพียงการค้าชายแดนลักษณะหนึ่งเท่านั้น แต่การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว จะมีอีกช่องทางหนึ่งที่เรียกว่า การค้านอก ระบบ หรือไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่มีการจดบันทึกสถิติและข้อมูลต่าง ๆ ดังนั้นสรุปได้ว่า มูลค่าการค้าชายแดนทั้งหมดจริง ๆ จะมีมูลค่าที่มากกว่ามูลค่าที่นำเสนอเป็นทางการ และแนวโน้มของมูลค่าการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ก็จะเป็นไปในลักษณะที่ขยายตัวขึ้น

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา ที่ สปป.ลาว เปิดความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ ประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีมูลค่าการค้าเกินดุลกับ สปป. ลาว มาโดยตลอด คิดเป็นมูลค่าสินค้านำเข้าจากไทยสูงกว่าการส่งออกเกือบเท่าตัวและการนำเข้าจากประเทศไทยสูงถึงเฉลี่ยร้อยละ 50-60 ของมูลค่านำเข้าทั้งหมด ตลอดมา ดังนั้น สปป.ลาว จึงมีความพยายามกระจายการค้าและการลงทุนไปยังประเทศอื่นซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านและอยู่ในกลุ่มอาเซียนมากขึ้น นับตั้งแต่สปป.ลาว เข้าเป็นสมาชิกของอาเซียน ในปี พ.ศ. 2540 ด้วยเหตุนี้ จึงอาจจะกระทบต่อสถานการณ์การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ของกลุ่มจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดน่าน รวมทั้งจังหวัดอื่น ๆ ที่ทำการค้าชายแดนกับสปป.ลาว ด้วย ประเทศจีน จะเป็นประเทศหนึ่งและเป็นประเทศรายแรกที่ไทย อาจจะเสียส่วนแบ่งทางตลาดในลาวไปและ รองลงมาก็คือ ประเทศเวียดนาม

4.1.6 พื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

พื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในจังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นการค้าข้ามพรมแดน มีสามลักษณะ

4.1.6.1 จุดผ่านแดนถาวร เป็นจุดผ่านแดนที่ทำให้มีการเปิดการค้าขายและสัญจรไปมา โดยคำนึงถึงความพร้อมในด้านต่างๆ ของทั้งสองประเทศ การเปิดจุดผ่านแดนถาวรจะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีก่อน โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยใช้อำนาจตามมาตรา 11 และมาตรา 23 แห่งพระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ. 2522 ในการประกาศเปิดจุดผ่านแดนถาวร

จุดผ่านแดนถาวรที่เอื้อต่อการค้าชายแดนและสปป.ลาว ที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย มี 2 แห่งคือ ด่านถาวรเชียงแสน และด่านถาวรเชียงของ จังหวัดน่านมีจุดถาวร 1 แห่ง คือ ด่านถาวรห้วยโก๋น

4.1.6.2 จุดผ่านแดนชั่วคราว เป็นจุดผ่านแดนที่เปิดขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนดแน่นอน ตามประกาศกระทรวงมหาดไทย โดยอำนาจของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยในการพิจารณาผ่อนผันซึ่งจะต้องคำนึงถึงประโยชน์เศรษฐกิจที่ฝ่ายไทยจะได้รับเป็นสำคัญ เป็นการดำเนินการเฉพาะกิจและคำนึงถึงความเหมาะสมด้านการเมือง ทั้งนี้ก่อนที่กระทรวงมหาดไทยจะประกาศจุดผ่านแดนชั่วคราวจะต้องนำเรื่องเข้าสู่การพิจารณาเห็นชอบของส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ในคณะกรรมการเปิดจุดผ่านแดนชั่วคราวก่อน

4.1.6.3 จุดผ่อนปรน เป็นจุดที่มีการผ่อนปรนให้มีการค้าขายบริเวณชายแดน เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน โดยกำหนดแนวทางปฏิบัติไว้ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นผู้มีอำนาจในการประกาศเปิดจุดผ่อนปรน กำหนดประเภทสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ค้าขายกันในท้องถิ่น เครื่องอุปโภคบริโภค กำหนดบริเวณที่เปิดจุดผ่อนปรนและระยะที่เปิดโดยให้ขอความเห็นชอบจากกระทรวงมหาดไทยก่อน ทั้งนี้เพื่อให้มีการตรวจสอบเพื่อทบทวนสถานการณ์ และผลกระทบต่าง ๆ ทุกระยะ รวมทั้งพิจารณาความสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมืองระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ในการประกาศเปิดจุดผ่อนปรนให้กำหนดประเภทสินค้าบริเวณที่ซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า ระยะเวลาในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หลักฐานการเข้าออก และวงเงินการค้าขายมูลค่าไม่เกิน 500,000 บาทต่อคนต่อวัน ที่จังหวัดพะเยา จะมีจุดผ่อนปรนที่ด่านบ้านสวก กิ่งอำเภอภูซาง และที่จังหวัดน่าน จะมีจุดผ่อนปรนที่บ้านชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว

นอกจากนี้แล้วยังมีช่องทางเข้า-ออกธรรมชาติซึ่งเป็นช่องทางบริเวณชายแดนเพื่อการเดินทางเข้าออกของประชาชนที่เดินทางไปมาหาสู่กันลักษณะเชื่อมญาติตั้งแต่สมัยโบราณมิได้ประกาศให้เป็นจุดผ่านแดนดัง 3 ประเภทข้างต้น ซึ่งสามารถจะเปลี่ยนให้เป็นจุดผ่านแดนอย่างใดอย่างหนึ่งได้

4.1.7 รูปแบบการค้าของสปป.ลาว

4.1.7.1 รูปแบบการนำเข้า-ส่งออกของสปป.ลาว

การค้าปกติ การนำเข้า-ส่งออกสินค้าของลาวจะต้องกระทำผ่านบริษัทที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการค้าให้เป็นผู้นำเข้า-ส่งออก สินค้าตามประเภท หรือหมวดที่ได้รับอนุญาต ผู้นำเข้ารายย่อยที่ไม่ได้รับใบอนุญาต แต่ต้องการซื้อสินค้าจากไทย ซึ่งจะติดต่อกับผู้ส่งออกไทยโดยตรง แล้วทำการนำเข้าสินค้าผ่านบริษัทนายหน้านำเข้า-ส่งออกสินค้าในลาว ซึ่งจะเสียค่านายหน้าร้อยละ 1-3 ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า

การค้าชายแดน เป็นการค้าระหว่างผู้ส่งออกที่อยู่แขวงชายแดนกับผู้นำเข้าลาวที่อยู่แขวงชายแดนนั้น ๆ

4.1.7.2 ลักษณะของผู้นำเข้าและส่งออกสินค้าของสปป.ลาว ปัจจุบัน มีดังนี้

บริษัทของรัฐ (state-owned company) เป็นหน่วยงานของรัฐใช้ชื่อว่า ลาวขาเข้า-ขาออก (Societe Lao Import-Export) โดยกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของลาวเป็นผู้ดูแลและกำกับ โดยการนำเข้าและส่งออกจะเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ

บริษัทเอกชน (private company) เป็นบริษัทที่จดทะเบียนเป็นผู้นำเข้า-ส่งออกสินค้าตามประเภทและหมวดที่ยื่นขอ และได้รับอนุญาตจากรัฐแล้วเท่านั้น โดยในลาวจะมีบริษัทที่จดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและส่งออกประมาณ 200 บริษัท โดยส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทนายหน้านำเข้าและส่งออกสินค้า ซึ่งคิดค่าบริการร้อยละ 1 ถึง 3

พ่อค้าชายแดน (border merchant) เป็นผู้ที่ทำการค้าขายตามแนวชายแดนทั้งที่จดทะเบียนเป็นผู้นำเข้า-ส่งออก ตามแนวชายแดนหรือเป็นร้านค้าแผงลอยที่รับจ้างขนส่งสินค้า พ่อค้าชายแดนเหล่านี้ จะมารับใบสั่งซื้อสินค้าตามร้านค้าและมินิมาร์ทในนครหลวงเวียงจันทร์ทุกวัน และทำการขนสินค้าจากชายแดนไทยมาจัดส่ง ให้ร้านค้าและมินิมาร์ทดังกล่าว

4.1.7.3 การชำระเงินในการซื้อขายสินค้านระหว่างไทยกับสปป.ลาว

การชำระเงินโดยใช้ระบบการเปิด L/C (Letter of Credit) ส่วนใหญ่เป็นการชำระเงินจากรัฐบาลไทยในการซื้อพลังงานไฟฟ้าจากลาว

การชำระด้วยเงินสด คือ เงินบาทของไทย และเงินกีบของลาวซึ่งการซื้อขายระหว่างไทยกับสปป.ลาว จะนิยมชำระเป็นเงินบาทมากกว่าเงินกีบ เนื่องจากการจำกัดการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของรัฐบาลลาวและค่าเงินกีบไม่มีเสถียรภาพ

การชำระเงินโดยใช้ระบบ T/T (Telegraphic Transfer) เป็นระบบของการโอนเงินซึ่งกันและกัน โดยผู้ส่งออกไทยจะส่งสินค้าไปให้ผู้นำเข้าลาวโดยให้เครดิต (ระยะเวลาจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์) เมื่อครบกำหนดเครดิตผู้นำเข้าลาวจะโอนเงินกลับมาให้ผู้ส่งออกของไทย

การชำระเงินโดยระบบ D/A (Document Against Acceptance) ผู้ส่งออกของไทยจะตรวจสอบฐานะของผู้นำเข้าลาวจนเป็นที่พอใจแล้วจะส่งสินค้าไปให้ผู้นำเข้าลาว พร้อมส่งเอกสารการออกสินค้า (shipping documents) ให้ธนาคารในลาวเพื่อการชำระเงิน ผู้นำเข้าของลาวจะต้องนำเงินมาชำระสินค้าที่ธนาคารก่อน จึงจะได้รับเอกสารเพื่อนำไปออกสินค้าจากคลังสินค้าได้

4.1.7.4 ช่องทางการจำหน่าย

เนื่องจากสปป.ลาวเป็นตลาดขนาดเล็ก อำนาจในการซื้อสินค้ามีไม่มากนัก ดังนั้น การนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในตลาดจึงมีผู้นำเข้ารายใหญ่ๆ เพียงไม่กี่รายที่สามารถตอบสนองความต้องการบริโภคของลาวได้ และสินค้าสำคัญที่เป็นที่ต้องการของตลาดลาว ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค วัสดุก่อสร้าง และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ช่องทางการจัดสินค้าในตลาดลาวของผู้นำเข้าจำแนกตามประเภทสินค้าได้ ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายการกระจายสินค้าทั่วไปสินค้าอุปโภคบริโภค (consumer product) ผู้นำเข้าลาวจะนำสินค้าเข้าไป โดยกระจายสินค้าให้กับผู้ค้าส่งผู้ค้าปลีกในตลาดต่างๆ ของลาว หรือให้พนักงานขายจำหน่ายโดยตรงไปตามจังหวัดและแขวงต่าง ๆ

2. วัสดุก่อสร้าง ผู้นำเข้าสินค้าประเภทนี้ จะมีทั้งที่เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (sole agent) และเป็นตัวแทนจำหน่ายทั่วไป (distributor) โดยผู้นำเข้าสินค้าจะตั้งตรงจากผู้ผลิตหรือผ่านตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดชายแดนของไทย เพื่อกระจายสินค้าต่อไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

3. เครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้นำเข้าจะเป็นตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทในไทยหรือประเทศอื่น ๆ (authorized distributor) และจะมีการแต่งตั้งตัวแทนขายในจังหวัดต่าง ๆ (dealer)

4.1.7.5 ช่องทางการกระจายสินค้าผ่านแดน

การส่งสินค้าไปสู่สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ผู้นำเข้าลาวจะนำสินค้าจากไทยเข้าทางด่านบึงกาฬ จังหวัดหนองคายตรงข้ามกับแขวงบอลิคำไซของลาว และจากด่านมุกดาหารตรงข้ามกับด่านของลาวที่แขวงสะหวันนะเขต โดยใช้เส้นทางหมายเลข 8 และเส้นทางหมายเลข 9 ของลาว และขนส่งสินค้าผ่านต่อไปทางด้านเมืองวินห์กับเมืองดานังของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

การส่งสินค้าเข้าสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้นำเข้าของลาวจะนำสินค้าจากด่านเชียงของ จังหวัดเชียงราย เข้าสู่เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้วของลาว โดยใช้เส้นทางหมายเลข 3 เข้าสู่จันทอนใต้ ณ เมืองเชียงรุ่ง

จุดการค้าที่สำคัญในตลาดลาวจะเป็นเมืองใหญ่ๆ ของลาว ได้แก่ กรุงเวียงจันทน์ จำปาสัก หลวงพระบาง และสะหวันนะเขต เนื่องจากเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่มากและเป็นเมืองสำคัญด้านเศรษฐกิจของลาว

4.1.8 วัฒนธรรมองค์กรกับการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัด

หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน มีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นส่วนคล้าย และมีส่วนแตกต่างกันบ้าง ตลอดจนมีลักษณะที่เอื้อต่อบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนได้ดังสรุป แยกเป็นประเด็นคือ

4.1.9 โครงสร้างและการบริหารงานของหอการค้าจังหวัด

โครงสร้างและการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดที่เกิดจากการรวมตัวของสมาชิก ซึ่งกันไปตามพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 และโดยต้องจดทะเบียนเป็นองค์กร “หอการค้าจังหวัด” กับนายทะเบียนกระทรวงพาณิชย์ กับพาณิชย์จังหวัด โครงสร้างลักษณะที่คล้ายกันของหอการค้าทั้งสามคือ มีคณะกรรมการบริหารหอการค้าจังหวัด เป็นไปตามข้อบังคับของหอการค้า นั้น ๆ คณะกรรมการบริหารหอการค้าตามข้อบังคับที่ทั้งสามหอการค้ามีคล้ายกันคือ ประกอบด้วย ประธานกรรมการหอการค้า รองประธานกรรมการหอการค้า เลขานุการ นายทะเบียน และเหรัญญิก นอกจากนั้นจะมีการแต่งตั้งกรรมการที่ปรึกษา และกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นความเห็นชอบตามมติของที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี ซึ่งต้องมีการจัดประชุมภายใน 12 เดือน ของทุกปี

การเป็นประธานกรรมการหอการค้าจังหวัด และกรรมการจะได้จากการเลือกตั้งในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี และมีวาระการดำรงตำแหน่งเป็นไปตามข้อบังคับของแต่ละหอการค้า จังหวัด ส่วนใหญ่วาระที่ดำรงตำแหน่งดังกล่าว คือวาระละ 2 ปี และสามารถต่อวาระได้ โดยมีการกำหนดไว้ในข้อบังคับของหอการค้านั้น ๆ

ในปี พ.ศ. 2553-2554 จำนวนกรรมการและสมาชิกหอการค้าของทั้งสามหอการค้าจังหวัดเป็นดังนี้ หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีสมาชิกรวม 378 คน มีกรรมการบริหารหอการค้ารวม 33 คน หอการค้าจังหวัดพะเยามีสมาชิกรวม 261 คน กรรมการบริหารหอการค้าจำนวน 25 คน หอการค้าจังหวัดน่านมีสมาชิกรวม 170 คน กรรมการบริหารรวม 37 คน จะเห็นว่าหอการค้าจังหวัดเชียงราย มีขนาดจำนวนสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ตามลำดับ หอการค้าจังหวัดเชียงรายก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2510 นับเป็นหอการค้าจังหวัด 2 แห่งแรกที่มีการก่อตั้ง ส่วนหอการค้าจังหวัดน่าน ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2527 และหอการค้าจังหวัดพะเยา ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2528 ตามลำดับ

หอการค้าจังหวัดทั้งสามแห่งต่างต้องผ่านช่วงการเป็นองค์กรที่เริ่มก่อตั้งและใช้เวลาในการเริ่มต้นและเติบโตทั้งสิ้น โดยจะเห็นว่าหอการค้าจังหวัดเชียงราย ถึงแม้จะเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2510 ก็จริง แต่มีการจดทะเบียนเป็นหอการค้าจริง ๆ ในปี พ.ศ. 2524 และเริ่มมีประธานที่เป็นทางการคนแรกอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2526 ส่วนก่อนหน้านั้นในปี พ.ศ. 2510-2526 มีกลุ่มผู้บุกเบิก แต่ไม่ปรากฏว่ามีกิจกรรมใดๆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2526 ดังกล่าว ดังนั้นเมื่อนับตั้งแต่ พ.ศ. 2526-ปัจจุบัน พ.ศ. 2554 หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีประธานรวมทั้งสิ้น 11 คน ซึ่งในจำนวนนี้ประธานบางคนที่ดำรงตำแหน่งมากกว่า 1 วาระ (วาระละ 2 ปี) หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีสำนักงานและมีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน 3 คน ประกอบด้วยผู้จัดการสำนักงาน และเจ้าหน้าที่อีก 2 คน หอการค้าจังหวัดน่าน นับตั้งแต่จดทะเบียนเป็นหอการค้าจังหวัดในปี พ.ศ. 2527 มีประธานหอการค้ารวมทั้งสิ้น 8 คน ในจำนวนนี้มีประธานคนเดิมที่ต้องกลับมารับตำแหน่งมากกว่า 1 วาระหมุนเวียน หอการค้าจังหวัดน่านก็ผ่านช่วงเริ่มต้นของการก่อตั้ง และมีสำนักงานของตนเอง ซึ่งปรากฏในข้อมูลว่าหอการค้าจังหวัดน่านต้องย้ายสำนักงานของหอการค้าถึง 6 ครั้ง จนมาเป็นสำนักงานปัจจุบัน และในปี พ.ศ. 2554 หอการค้าจังหวัดน่านมีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน 1 คน หอการค้าจังหวัดพะเยาได้จดทะเบียนเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2528 มีประธานรวมทั้งสิ้นนับตั้งแต่ปีที่จดทะเบียนก่อตั้งรวม 10 คน หอการค้ามีสำนักงานและมีพนักงานประจำสำนักงาน 1 คน

หอการค้าจังหวัดมีโครงสร้างที่เป็นการทำงานโดยคณะกรรมการบริหาร มีประธานกรรมการหอการค้าเป็นผู้เปรียบเสมือนมีอำนาจสูงสุด และมีพนักงานเป็นลูกจ้างของหอการค้าจังหวัดอยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนของสมาชิก และภารกิจการทำงานของหอการค้าจังหวัดในการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนั้นอำนาจการสั่งการ และสายงานการบังคับบัญชาแตกต่างจากองค์กรปกติโดยทั่วไป กล่าวคือ มีลำดับชั้นของการควบคุมและสั่งการบริหารงาน การทำงานของประธานและกรรมการเปรียบเสมือนงานอาสาสมัคร ซึ่งไม่มีผลตอบแทนทางการเงิน และในการดำเนินการกิจต่าง ๆ ในนามของประธานกรรมการหอการค้าจังหวัด หรือในนามกรรมการในตำแหน่งต่าง ๆ นั้น บุคคลเหล่านั้นต้องรับภาระค่าใช้จ่ายเอง อย่างไรก็ตาม ประธานกรรมการหอการค้าจังหวัดนับเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกและกรรมการ การทำงานของกรรมการเป็นไปในลักษณะความร่วมมือ ช่วยกันทำงาน โดยยึดวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก ประธานกรรมการหอการค้าโดยบทบาทเป็นผู้นำองค์กร ซึ่งสามารถ มีวิธีการในการดำเนินงานต่าง ๆ ในนามหอการค้าจังหวัด โดยได้รับนิยมนหรือฉันทานุมัติจากคณะกรรมการ ดังนั้นวิธีการทำงานของหอการค้าจังหวัดก็จะเป็นไปตามลักษณะของผู้นำองค์กรด้วย แต่ที่น่าสังเกตก็คือประธานหอการค้าจังหวัดมีวาระการทำงานโดยเฉลี่ย 2-4 ปี ในฐานะเป็นผู้นำองค์กร ประกอบกับลักษณะองค์กรเป็นโครงสร้างที่ผู้นำไม่ได้มีอำนาจ เช่นองค์กรเอกชนโดยทั่วไป ดังนั้น

การจะสร้างประดิษฐกรรม (artifact) ที่เป็นสัญลักษณ์และตกทอดเป็นวัฒนธรรมที่มองเห็น จึงเป็นไปได้ยาก นอกจากนี้แล้ว ความต่อเนื่องของนโยบายก็อาจจะมีไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าไม่มีทีมงานหรือกรรมการที่ทุ่มเทเวลา และมีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมาย เพื่อหोकการค้ำจังหวัดด้วย ดังนั้น การทำงานของหोकการค้ำจังหวัดตามโครงสร้างการบริหารงาน และเน้นการทำงานที่เป็นงานประจำ สำนักงานการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสำนักงานจึงต้องอาศัยบุคลากรประจำที่มีทักษะการจัดการสำนักงานต่าง ๆ เพื่อเป็นแกนหลักและให้งานประจำ เช่นทำหน้าที่ประสานงานบริการสมาชิกหोकการค้ำติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ จัดระบบสำนักงานตลอดจนอำนวยความสะดวกในการเป็นสถานที่ ๆ จะใช้สำหรับกิจกรรมแบ่งปันความรู้ด้วย ดังนั้นจึงต้องมีเจ้าหน้าที่ทำงานอย่างน้อยให้งานต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วดำเนินการไปได้ระดับหนึ่ง

4.1.10 มิติทางวัฒนธรรมองค์กรของฮอฟสติดกับหोकการค้ำจังหวัด

ถ้าใช้มิติทางวัฒนธรรมของฮอฟสติด (Hofstede, 1997) มาอธิบายมิติทางวัฒนธรรมองค์กรของหोकการค้ำจังหวัด จะสามารถเป็นลักษณะประเด็นต่าง ๆ คือ วัฒนธรรมอำนาจ (power) วัฒนธรรมองค์กรความเป็นปัจเจกชน (individualism) และความเป็นกลุ่มนิยม (collectivism) วัฒนธรรมความเป็นชาย (masculinity) และความเป็นหญิง (femininity) และวัฒนธรรมความไม่แน่นอน (uncertainty)

4.1.10.1 วัฒนธรรมอำนาจ ระยะห่างของอำนาจ ถ้าพิจารณา ระยะห่างของอำนาจในองค์กรหोकการค้ำจังหวัด จะเห็นว่าหोकการค้ำจังหวัดยอมรับในอำนาจส่วนกลางของรัฐ คือผู้ว่าราชการจังหวัด ทั้งนี้เพราะ การบริหารงานจังหวัดเป็นเสมือนศูนย์รวมการบริหารงานและงบประมาณต่าง ๆ ผ่านมาที่จังหวัด และถ้าย้อนเวลากลับไปในระยะแรกของการมีหोकการค้ำจังหวัดเกิดขึ้น จะพบข้อมูลว่าระยะ พ.ศ. 2526-2529 เป็นระยะเวลาที่มีหोकการค้ำเกิดขึ้นมากครบเกือบทุกจังหวัดของประเทศไทย ทั้งนี้เพราะ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2524 รัฐบาลได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการภาครัฐและเอกชนเพื่อแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ (กรอ.) ระดับชาติ และต่อมาในปี พ.ศ. 2527 รัฐบาลมีนโยบายจัดการประชุมสัมมนา กรอ. ภูมิภาค จึงทำให้เกิดการตื่นตัวและมีการจัดตั้งหोकการค้ำจังหวัดมาแล้วเกือบครบทุกจังหวัด

คณะกรรมการ กรอ. จังหวัด เป็นกรรมการชุดที่ประกอบไปด้วยทุกภาคส่วนราชการและเอกชนที่สำคัญ ซึ่งหोकการค้ำจังหวัดก็อยู่ในกรรมการชุดนี้ด้วย โดยมีเลขาธิการหोकการค้ำจังหวัดและพาณิชย์จังหวัดเป็นผู้ช่วยและเลขานุการ ดังนั้นหोकการค้ำจังหวัดจึงทำหน้าที่แทนภาคเอกชน เพื่อผลักดันนโยบายต่าง ๆ ไปยังภาครัฐผ่านทางผู้ว่าราชการจังหวัด หोकการค้ำจังหวัดเองก็มีอำนาจในการเจรจาต่อรอง และผลักดัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหोकการค้ำมีศักยภาพ และมีการทำงานที่เข้มแข็ง ในปัจจุบันอำนาจส่วนกลางโดยผู้ว่าราชการจังหวัด ได้ตระหนักถึงบทบาทของ

หอการค้าจังหวัดมากขึ้น ถ้าเปรียบเทียบกับอดีต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของหอการค้าจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน และเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ในกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เพราะในการทำธุรกิจการค้า การเจรจา ปัจจุบันได้มีการดำเนินการผ่านภาคเอกชนมากกว่า เป็นการดำเนินการของภาครัฐต่อรัฐ ดังจะเห็นจากกรณีของสปป.ลาว และจากประเทศจีนตอนใต้ มณฑลยูนนาน ซึ่งมีค้าขายผ่านสปป.ลาว มายังประเทศไทย จะเห็นว่ามี การถ่วงดุลย์กันระหว่างอำนาจรัฐ และเอกชน แต่ถ้าพิจารณาวัฒนธรรมอำนาจภายในองค์กรของหอการค้าจังหวัด จะพบว่าภายในองค์กรของหอการค้าจังหวัดซึ่งมีวัฒนธรรมย่อย ๆ แต่ลักษณะของสังคมไทย ความเกรงใจ ความยอมรับในผู้มีบารมี (charisma) หรือแม้แต่เรื่องระบบอุปถัมภ์ ในขณะเดียวกันถึงแม้ว่าภายในหอการค้าจังหวัดเองจะมีความเป็นปัจเจกชนของกรรมการแต่ละคน ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนในการบริหารงานหอการค้าที่มียุทธศาสตร์ กรรมการทุกคนก็เป็นเสมือนผู้ประกอบการ มีกิจการของตนเอง แต่ด้วยการยอมรับในอำนาจส่วนกลางจากภาครัฐ ผ่านทางผู้ว่าราชการจังหวัด และมีประธานหอการค้าเป็นผู้แทนของหอการค้าจังหวัด เชื่อมโยงกับอำนาจดังกล่าว จึงทำให้ไม่เกิดความขัดแย้งในการดำเนินงานของหอการค้าจังหวัด

4.1.10.2 วัฒนธรรมความเป็นปัจเจกชน และความเป็นกลุ่มนิยม ในการทำงานของหอการค้าจังหวัด ถึงแม้ว่าสมาชิกและกรรมการหอการค้าจังหวัดจะมีภูมิหลังที่เป็นผู้ประกอบการ มีกิจการของตนเอง แต่ด้วยความเป็นธรรมชาติของสังคมไทยและสังคมภูมิภาคในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ ซึ่งมีคุณสมบัติของการอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม มีความเกื้อกูล และมีความผูกพันกันโดยทั่วไป หรือฝังฝังในแบบกลุ่มนิยม (collectivism) มากกว่า ดังนั้นการทำงานของหอการค้า จะเป็นไปในลักษณะร่วมมือและเป็นการประสานกัน จะเห็นได้จากการทำงานในฐานะเป็นกรรมการหอการค้าจังหวัด และสมาชิกหอการค้าจังหวัด อีกตัวอย่างที่เห็นก็คือการพร้อมใจกันเป็นกลุ่มทำงานที่เป็นคณะกรรมการความร่วมมือระหว่างหอการค้าจังหวัด เช่น คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) 10 จังหวัดภาคเหนือ คณะกรรมการกลุ่มภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 1 และกลุ่ม 2 เป็นต้น

4.1.10.3 วัฒนธรรมความเป็นชาย ความเป็นหญิง สังคมไทยโดยภาพรวมจากการศึกษาของฮอฟสตัดพบว่า วัฒนธรรมของความเป็นชายนั้น พิจารณาจากทัศนคติ (attitude) การยืนกรานในเรื่องค่านิยม ความต้องการเงิน และวัตถุ และความไม่ใส่ใจในเรื่องคุณภาพชีวิต หรือไม่ใส่ใจในผู้อื่น องค์กรหรือสังคมใดมีความเป็นชายมากกว่าก็จะแสดงออก ของทัศนคติที่มุ่งมั่นและยืนกรานในค่านิยม มีความต้องการเงินและวัตถุ และไม่ใส่ใจในเรื่องคุณภาพชีวิต หรือไม่ใส่ใจผู้อื่น แต่ถ้าสังคมใดมีความเป็นหญิงจะมีลักษณะตรงกันข้าม ซึ่งจากการศึกษาของฮอฟสตัดพบว่า สังคมไทยมีวัฒนธรรมของความเป็นหญิง มากกว่าความเป็นชาย จากการศึกษาของผู้วิจัย ซึ่งศึกษา

โดยวิธีสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมระหว่างการประชุมร่วมกับกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ในช่วงปี พ.ศ. 2553 จำนวน 4 ครั้ง และมีโอกาสได้ร่วมทัศนศึกษาจังหวัด เขตการค้าชายแดนร่วมกับกรรมการทั้งสามจังหวัดดังกล่าวจำนวน สอง ครั้งในเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 และในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 และจากการสังเกตการณ์และการ สัมภาษณ์ ตลอดจนการเข้าร่วมในพิธีกรรม เช่น พิธีรดน้ำคำหัวกรรมการอาวุโสของหอการค้าด้วย กับจังหวัดเชียงราย ในเดือนเมษายน 2553 ผู้วิจัยเห็นด้วยกับข้อพิพาทดังกล่าว นอกจากนี้จากการ สังเกตการณ์พื้นที่การค้าชายแดนในทั้งสามจังหวัด ผู้วิจัยสังเกตเห็นบทบาทของผู้หญิงที่อยู่ในฐานะ เป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน ในทุกพื้นที่การค้าชายแดน ตลอดจน องค์ประกอบของกรรมการ และสมาชิกของหอการค้าจังหวัดทั้ง 3 จังหวัด คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัด พะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน มีสมาชิกเป็นผู้หญิงอยู่ในอัตราส่วนที่เห็นชัดอยู่จำนวนหนึ่ง

4.1.10.4 วัฒนธรรมความไม่แน่นอน ในมิติของวัฒนธรรมความไม่แน่นอน ในบาง สังคมมีความวิตกกังวลในเรื่องของความไม่แน่นอน และวิตกกังวลต่อความเสี่ยงมากกว่าสังคมอื่น แต่สังคมไทยโดยรวม เป็นสังคมที่มีความยืดหยุ่นสูง ปรับตัวได้สูง และชอบเสี่ยง ซึ่งวัฒนธรรม ในมิตินี้ส่งผลถึงวัฒนธรรมองค์กรด้วย โดยเฉพาะองค์กรที่มีลักษณะแบบหอการค้าจังหวัดนั้น คือ แสดงออกด้วยการไม่มีกฎระเบียบข้อบังคับมาก เพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นขององค์กร โดย การรับรองและมติของสมาชิกในที่ประชุมใหญ่สามัญ เช่น ในกรณีของหอการค้าจังหวัดพะเยา ที่มี การปรับปรุงข้อบังคับของหอการค้าเพื่อรองรับการทำงานต่อวาระของประธานกรรมการหอการค้า เนื่องจากความจำเป็นในการต่อเนื่องของการทำงานในโครงการต่างๆ เป็นต้น

จากวัฒนธรรมองค์กรของหอการค้าจังหวัดนับตั้งแต่เรื่องโครงสร้างการบริหารงาน และมิติทางวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้านดังกล่าวมาแล้ว อาจสรุปได้ว่า ลักษณะมิติทางวัฒนธรรมดังกล่าว มาแล้วจะมีลักษณะที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัด

4.2 ลักษณะการแบ่งปันความรู้ การค้าชายแดนของหอการค้า

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการแรกของงานวิจัยนี้ที่ว่า ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้า ชายแดนไทยสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นอย่างไร

จากการศึกษาจากกิจกรรมของหอการค้าทั้งสามจังหวัด พบว่า ลักษณะการแบ่งปันความรู้ การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยาและหอการค้า จังหวัดน่าน แบ่งเป็น 3 ลักษณะ กล่าวคือ เป็นการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

ผ่าน (1) กิจกรรมการประชุมที่เป็นทางการ (2) กิจกรรมการอบรม สัมมนาปฏิบัติการ และ (3) การแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการในลักษณะอื่น ๆ ซึ่งลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน จากการศึกษาจะพบว่ามีรายละเอียดแตกต่างกัน ดังนี้

4.2.1 หอการค้าจังหวัดเชียงราย

มีกิจกรรมที่เป็นการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวในลักษณะที่เป็นทางการ โดยผ่านกิจกรรมการประชุมประจำเดือน การอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการแบ่งปันความรู้ที่ไม่เป็นทางการ ดังนี้

4.2.1.1 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการประชุมประจำเดือน

ในปี พ.ศ. 2553 หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีคณะกรรมการบริหารของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วยกรรมการจำนวน 33 คน และมีกรรมการที่ปรึกษาจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับงานตามนโยบายของหอการค้าจังหวัดเชียงรายอีกจำนวน 25 คน ในจำนวนกรรมการที่เป็นที่ปรึกษาซึ่งมาจากหน่วยงานภาครัฐ จากข้อมูลพบว่าเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการค้าชายแดนโดยตรง 5 คน คือ นายด่านศุลกากรอำเภอแม่สาย นายด่านศุลกากรอำเภอเชียงของ นายด่านศุลกากรอำเภอเชียงแสน นายด่านกักกันพืชเชียงแสน และผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน และพาณิชย์จังหวัด

ในขณะเดียวกัน โครงสร้างของกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย มีรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน 3 คน ซึ่งมาจากพื้นที่การค้าชายแดนอันประกอบด้วย จากพื้นที่ด้านการค้าชายแดนแม่สาย อำเภอแม่สาย พื้นที่ด้านการค้าชายแดนเชียงแสน อำเภอเชียงแสน และพื้นที่ด้านการค้าชายแดนเชียงของ อำเภอเชียงของ ซึ่งรองประธานฝ่ายการค้าชายแดนทั้งสามคน โดยอาชีพก็คือ ผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วย นอกจากนี้ หอการค้าจังหวัดเชียงรายยังเป็นหอการค้าจังหวัดแห่งแรก และแห่งเดียว ที่มีสำนักงานหอการค้าระดับอำเภอ ที่อำเภอแม่สาย ซึ่งเปิดสำนักงานเป็นทางการวันที่ 21 กันยายน 2551 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าหอการค้าจังหวัดเชียงราย ให้ความสำคัญกับเรื่องการค้าชายแดนทุกพื้นที่ที่มีการค้าชายแดน

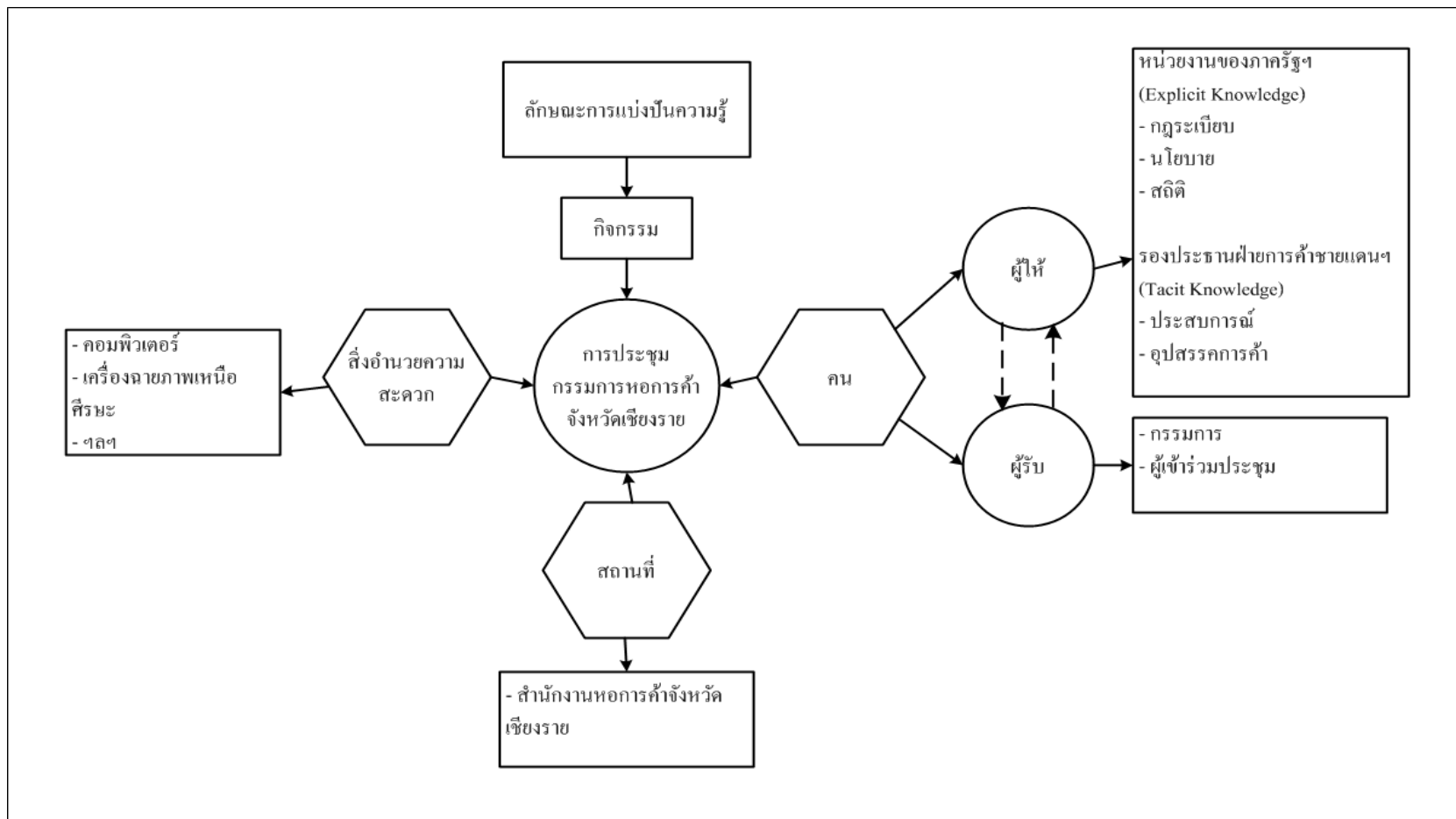
ในการประชุมประจำเดือนในช่วงปี พ.ศ. 2553 หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีการประชุมกรรมการทั้งหมดรวม 9 ครั้ง โดยใช้สถานที่สำนักงานหอการค้าจังหวัดเชียงรายเป็นสถานที่ประชุม จากการศึกษาจากรายงานการประชุมพบว่า ความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ที่มีการแบ่งปันในการประชุมประจำเดือน เป็นความรู้การค้าชายแดนที่เกี่ยวกับสถานการณ์การค้าการค้าชายแดนชนิดของสินค้า มูลค่าการค้า มูลค่าการส่งออกและนำเข้า ซึ่งเป็นการให้ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ ทั้ง 5 หน่วยที่เป็นกรรมการด้วย ส่วนรองประธานหอการค้าฝ่ายการค้าชายแดน 3 อำเภอ หรือการค้า

ชายแดน 3 เขต คือหอการค้าชายแดนอำเภอแม่สาย หอการค้าชายแดนอำเภอเชียงแสน และหอการค้าชายแดนอำเภอเชียงทอง มีการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน หรือนำเสนอความเคลื่อนไหวของสถานการณ์การค้าชายแดน ในแต่ละพื้นที่ที่ตนรับผิดชอบ ตลอดจนนำเสนอสิ่งที่ปัญหาและอุปสรรคของการค้าที่เกิดขึ้น เพื่อปรึกษาหารือ และขอความร่วมมือ

ส่วนความรู้อีกชนิดหนึ่ง คือ มีการนำเสนอในที่ประชุม และเกี่ยวข้องเป็นความรู้ด้านการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ด้วยก็คือ จะเป็นการนำเสนอโครงการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมความร่วมมือและพัฒนาศักยภาพด้านฝีมือแรงงานให้กับสปป.ลาว และสหภาพเมียนมาร์ โดยมีสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสนเป็นเจ้าภาพร่วมกับหอการค้าจังหวัดเชียงราย

โดยสรุป จากข้อมูลของรายงานการประชุมประเดือนของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ปรากฏว่า ในการประชุมแต่ละคราว กรรมการที่ปรึกษาจากภาครัฐและเป็นบุคคลที่เป็นฝ่ายปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว คือด่านศุลกากรเชียงทอง ด่านศุลกากรเชียงแสน ได้มีการแบ่งปันความรู้ การค้าชายแดนแต่ละพื้นที่ ที่มีการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ความรู้ดังกล่าวจะอยู่ในรูปของข้อมูล (data) และสารสนเทศ (information) ที่มีการประมวลผลและรวบรวมแล้ว ซึ่งจะคล้ายกันกับกรณีของพาณิชย์จังหวัดในที่ประชุมที่เป็นทางการและประชุมประจำเดือน ที่พาณิชย์จังหวัดจะแบ่งปันสารสนเทศด้านนโยบาย ระเบียบวิธี และกลไกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิธีกรรมทางการค้าในภาพกว้างและ เฉพาะเรื่อง ดังนั้นความรู้ที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดที่มีการนำมาแบ่งปัน มาจากหน่วยงานภาครัฐ ส่วนใหญ่เป็นความรู้ที่เรียกว่าความรู้ชัดแจ้ง หรือ เป็นความรู้สาธารณะ เป็นความรู้ที่ทุกคนทราบได้และเข้าถึง ถ้ามีการจัดเก็บและเผยแพร่

ส่วนสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นด้วยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 27 สิงหาคม 2539 อนุมัติให้กระทรวงแรงงานจัดตั้งสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน ณ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นศูนย์กลางความร่วมมือทางการพัฒนาการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งแวดล้อมในอนุภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติ เชียงแสน ได้ทำงานร่วมกับหอการค้าจังหวัดเชียงรายในด้านที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและจัดฝึกอบรมความรู้เพื่อเพิ่มทักษะ แก่ผู้ประกอบการ หรือแรงงาน ตลอดจนเสนอแผนดูงานแก่ผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว และมีผู้ประกอบการค้าชายแดนจากฝ่ายสปป.ลาว เข้าร่วมด้วย ซึ่งก็เป็นความรู้ที่เป็นการฝึกปฏิบัติ หรือมีการลงมือทำจริง ฝึกจนเกิดทักษะ



ภาพที่ 4.1 องค์ประกอบของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการผ่านการประชุมที่เป็นทางการ หอการค้าจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4.1 การไหลของความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ผ่านการประชุมที่เป็นทางการหอการค้าจังหวัดเชียงราย

ผู้ให้	ความรู้	สถานที่	สิ่งอำนวยความสะดวก	ผู้รับ	การบันทึก
-นายด้านศุภการอำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอ เชียงของ -กรรมการหอการค้า -พาณิชย์จังหวัด -สถาบันพัฒนาฯ -รองประธานฝ่ายการค้าชายแดน แม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ -กรรมการอื่น ๆ ที่เป็นผู้ประกอบการ	-สถิติ -กฎระเบียบ -ปัญหาที่เกิดขึ้น -มูลค่าการค้า -ความเคลื่อนไหว -โครงการ	-หอการค้าจังหวัดเชียงราย	✓	-กรรมการที่เป็น ผู้ประกอบการ	✓

จากการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงรายถึงประโยชน์ของความรู้ที่มีการแบ่งปันในเวทีการประชุมที่เป็นทางการ กรรมการทั้ง 7 ราย มีความเห็นว่า ความรู้ที่มีการแบ่งปันดังกล่าว สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และในขณะเดียวกัน เป็นการช่วยกันทำงานระหว่างภาครัฐกับหอการค้าจังหวัดเชียงราย ตลอดจนเป็นการสร้างบรรยากาศความคุ้นเคยระหว่างหอการค้าจังหวัด และส่วนงานภาครัฐ ที่ทำงานด้านการค้าชายแดนโดยตรงด้วย หรือเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ณ พื้นที่การค้าชายแดน ก็จะมีการนำปัญหามาพูดคุยกับกรรมการที่ปรึกษาในที่ประชุมประจำเดือนของหอการค้าจังหวัด เพื่อช่วยทำให้เกิดการแก้ปัญหาได้รวดเร็วขึ้น และ ทันเวลา นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดที่เกิดจากการทำงานร่วมกับภาครัฐของระดับหอการค้าจังหวัด และ มีการแบ่งปันความรู้กันนั้น ทำให้ส่งผลโดยตรงต่อความเข้าใจอันดี มีบรรยากาศที่เป็นมิตรระหว่าง ผู้ประกอบการซึ่งเป็นสมาชิกหอการค้า ณ เขตพื้นที่ชายแดน สามารถส่งผลให้การแก้ปัญหาในพื้นที่ การค้าชายแดนต่าง ๆ เช่น ด้านแม่สาย ด้านเชียงแสน และด้านเชียงของ เป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้กรรมการดังกล่าวข้างต้นยังมีความเห็นว่า สิ่งที่เป็นความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันจากที่ประชุมอย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความรู้ที่มาจากภาครัฐ ความรู้บางประเภทที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน เช่น กฎเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนเงินตรา และ การซื้อขายสินค้า ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ล่าสุด และยังไม่เป็นที่ทราบโดยทั่วกันในวงกว้าง ทำให้ที่ประชุมได้รับทราบ สามารถนำไปเผยแพร่ได้ ตลอดจนกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงรายสามารถเป็นผู้ให้ความรู้ในประเด็นดังกล่าวได้

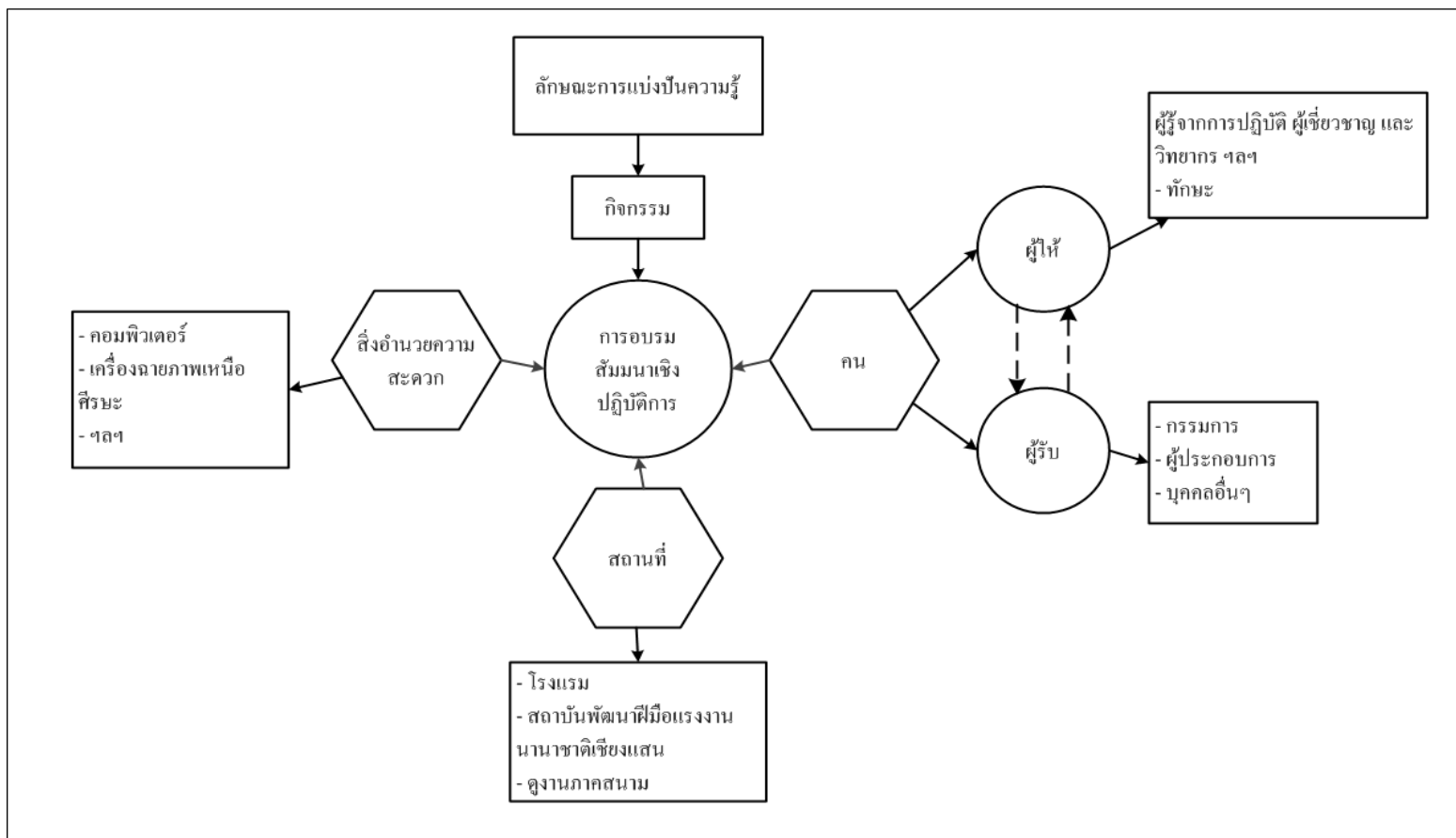
4.2.1.2 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ

การอบรม การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ซึ่งจัดโดยหอการค้าจังหวัดเชียงรายหรือหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีส่วนร่วมจัด นับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่เป็นทางการและที่เข้าข่ายการแบ่งปันความรู้ ตามกรอบแนวคิดการแบ่งปันความรู้ของการวิจัย นี้ กล่าวคือมีการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการค้าชายแดนที่อยู่ในรูปกิจกรรม การอบรม การสัมมนาเชิงปฏิบัติการนั้น การอบรมและสัมมนาดังกล่าวต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคน วิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา และระหว่างผู้เข้าร่วมสัมมนาด้วยกัน มีการจัดสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาเอกสาร โครงการอบรม สัมมนา และฝึกปฏิบัติ พบว่าโครงการที่มีการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติ และมีการอภิปรายกลุ่มย่อย (group discussion) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันอย่างชัดเจน ส่วนการกำหนดสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของการแบ่งปันความรู้ มักจะเป็นโรงแรม หรือที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงาน

นานาชาติเชียงใหม่ ในขณะที่กลุ่มคนที่เข้าร่วมการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการนั้น ส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนและกรรมการหอการค้า อาจจะมีบุคคลจากหน่วยงานอื่นๆด้วยเช่นกัน และในบางคราวมีผู้ประกอบการจากประเทศคู่ค้าด้วย ในขอบเขตการวิจัยนี้ก็คือ ผ่านทางอบรมสัมมนา ฝึกปฏิบัติ ผู้ประกอบการค้าชายแดนที่เป็นสัญชาติลาว ดังแสดงให้เห็นในภาพที่ 4.2





ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการผ่านการอบรมสัมมนา ฝึกปฏิบัติที่เป็นทางการ

รายละเอียดของการ การอบรม สัมมนา รวม 6 โครงการที่เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย- สปป.ลาว ในช่วงเวลา มิถุนายน 2552- มิถุนายน 2554 ซึ่งหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีส่วนร่วม จัด หรือเป็นผู้จัด มีดังนี้

1. โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชายแดนและความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้อง เรื่อง “ยุทธศาสตร์เมืองคู่มิตร: สานสัมพันธ์สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจไทย-จีน” ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 2 กรกฎาคม 2552 โดยสำนักงานจังหวัดเชียงราย ภายใต้ความร่วมมือของคณะกรรมการ เพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และหอการค้าจังหวัดเชียงราย จัดขึ้นที่ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยในงานสัมมนานี้ มีผู้ให้ความรู้คือประธานคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ ซึ่งเป็นผู้บรรยายเรื่อง “ยุทธศาสตร์เมืองคู่มิตรและอนาคตความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-จีน” นอกจากนี้ในงานสัมมนานี้ยังมีการจัดเสวนาเรื่อง “ความร่วมมือและความต้องการพัฒนาระหว่าง 2 ประเทศ” โดยมีผู้แทนของทั้งสองประเทศ รองประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการที่ปรึกษาฝ่ายค้า ชายแดน หอการค้าจังหวัดเชียงราย และมีประธานหอการค้าจังหวัดเชียงรายเป็นประธานการเสวนา ซึ่งกิจกรรมนี้ถือเป็นการเสวนากลุ่มย่อย เป้าหมายของการอบรมเชิงปฏิบัตินี้คือ ผู้ประกอบการค้า และผู้ประกอบการค้าชายแดน

2. โครงการส่งเสริมและพัฒนาค้าการลงทุนกับประเทศ GMS BIMSTEC และประเทศอื่น ๆ เรื่อง “ค้าชายแดนเชียงราย: มุ่งสู่ชุมชนทางเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้” ซึ่งเป็นการสัมมนาที่จัดขึ้นภายใต้ความร่วมมือของหอการค้าจังหวัดเชียงราย คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน และมีการจัดการสัมมนานี้ขึ้นที่สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในวันที่ 3 กรกฎาคม 2552 โดยในงานมีการบรรยายเรื่อง “ค้าชายแดนเชียงราย พร้อมเปิดประตูรับ BIMSTEC & GMS แล้วหรือยัง” โดยประธานคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ จากนั้นก็มีการบรรยายเรื่อง “ความคืบหน้าของโครงการ BIMSTEC & GMS ผลกระทบต่อจังหวัดเชียงราย” โดยรองประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย และประธานสมาคมธนาคารและโลจิสติกส์ คสศ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และในช่วงท้ายได้มีการสัมมนาในเรื่อง “ค้าชายแดนเชียงราย พร้อมเปิดประตูรับ GMS & BIMSTEC แล้วหรือ?” โดยมีประธานหอการค้าจังหวัดเชียงรายเป็นประธานสัมมนา ส่วนผู้เข้าร่วมการสัมมนานี้มีทั้ง รองประธานหอการค้าจังหวัดเชียงราย ฝ่ายการค้าชายแดนอำเภอแม่สาย อำเภอเชียงของ และอำเภอเชียงแสนทั้ง 3 คน และผู้ประกอบการค้าชายแดน

3. โครงการส่งเสริมเศรษฐกิจชายแดนและความสัมพันธ์เมืองพี่เมืองน้อง เรื่อง “ยุทธศาสตร์เมืองคู่มิตร: สานสัมพันธ์สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจไทยกับสปป.ลาว” จัดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2552 โดยสำนักงานจังหวัดเชียงราย ภายใต้ความร่วมมือของคณะกรรมการ เพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และหอการค้าจังหวัดเชียงราย โดยการสัมมนานี้จัดขึ้นที่ โรงแรมน้ำโขงริเวอร์ไซด์ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ขณะที่ผู้ให้ความรู้คือรองประธานฝ่ายการค้าชายแดนเชียงของ และประธานหอการค้าแขวงบ่อแก้ว มีผู้เข้าร่วมโครงการอบรม ซึ่งสัมมนานี้ คือ ผู้ประกอบการค้าชายแดน และผู้ประกอบการค้าของสปป.ลาว แขวงบ่อแก้ว ซึ่งในการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการนี้ มีการแลกเปลี่ยน สันทนากลุ่มย่อย

4. โครงการฝึกอบรมหลักสูตร “ผู้ประกอบการมืออาชีพ (Smart Entrepreneurs)” จัดขึ้น จากความร่วมมือของสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน และหอการค้าจังหวัดเชียงราย โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนได้มีโอกาส ในการพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดระหว่างประเทศ ในกระบวนการการค้าข้ามแดน และการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการการค้าชายแดน ให้มีศักยภาพและขีด ความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ และเพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนัก และให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะฝีมือและศักยภาพแรงงาน ในการสร้างโอกาสทางธุรกิจทั้งภายใน และระหว่างประเทศ การอบรมใช้เวลาทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง โดยมีหัวข้อหลักดังนี้ (1) องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพ (2) สภาพปัญหาและโอกาสในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจ (3) ชายแดน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาดูงานภาคสนามและอภิปรายกลุ่มย่อย ในเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแรงงาน เพื่อการแข่งขันทาง เศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ในช่วงท้ายของการอบรมอีกด้วย โดยกลุ่มเป้าหมายของการอบรมนี้ ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ จากกลุ่มสมาชิก หอการค้า สภาอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สมาคมท่องเที่ยว สมาคมโรงแรม ชมรม ภัตตาคารและร้านอาหาร สมาคมผู้สื่อข่าว ชมรมพ่อค้าชายแดน ชมรมผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ และสภาการค้าและอุตสาหกรรมในประเทศเพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาฝีมือและศักยภาพแรงงาน และด้านการส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ กับ ประเทศเพื่อนบ้านและระหว่างประเทศ โดยมีการจัดอบรมทั้งหมด 4 รุ่น ระหว่างช่วง มกราคม 2554 มิถุนายน 2554 จัดขึ้นที่ โรงแรมสยามไทรแองเกิล อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีวิทยากรฝึกอบรม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

5. โครงการฝึกอบรมหลักสูตร “นักพัฒนาฝีมือแรงงานมืออาชีพ (Smart Skills Developer)” จัดขึ้นจากความร่วมมือของหอการค้าจังหวัดเชียงราย คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน โดยมีวัตถุประสงค์ของการอบรมเพื่อ เพื่อให้ผู้เข้าฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจกับการพัฒนาฝีมือและศักยภาพแรงงาน พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมและการพัฒนาฝีมือแรงงาน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างเครือข่ายการพัฒนาฝีมือแรงงานระหว่างประเทศ และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม โดยในหลักสูตรจะใช้เวลาทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง โดยแบ่งหัวข้อการฝึกอบรมออกเป็น 4 หัวข้อหลักดังนี้ (1) องค์ความรู้เพื่อการวางแผนพัฒนาฝีมือแรงงาน (2) การพัฒนาศักยภาพแรงงานรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจ (3) ศึกษาฐานในสถานประกอบการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระหว่างประเทศ และสุดท้าย (4) เป็นการอภิปรายกลุ่มย่อย การอบรมนี้มีกลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่มีภาระหน้าที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม หรือการพัฒนาฝีมือและศักยภาพแรงงาน และพนักงานในสถานประกอบการที่มีภาระหน้าที่ในการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพแรงงานหรือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมนี้มีการจัดออกเป็น 2 รุ่น ซึ่งเป็นช่วงระหว่าง กุมภาพันธ์ 2554 - พฤษภาคม 2554 ณ โรงแรม สยามไพรเวตแองเกิล อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีวิทยากรฝึกอบรมเป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

6. โครงการฝึกอบรมหลักสูตร “เจาะตลาดการค้าข้ามแดนบนเส้นทาง R3A” จัดทำโดยหอการค้าจังหวัดเชียงราย และสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนได้มีโอกาสในการพัฒนาองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาดระหว่างประเทศในกระบวนการการค้าข้ามแดนและการค้าระหว่างประเทศ และยังเป็นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ประกอบการการค้าชายแดน ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถด้านการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะฝีมือและศักยภาพแรงงาน ในการสร้างโอกาสทางธุรกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ และรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการพัฒนากำลังแรงงานรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) หลักสูตรการฝึกอบรมในครั้งนี้ใช้เวลาทั้งสิ้น 30 ชั่วโมง โดยมีหัวข้อหลักทั้งหมด 6 ข้อ ดังนี้ (1) การพัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-ลาว-จีน-เวียดนาม (2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับกลยุทธ์การตลาด (3) R3A เส้นทางเศรษฐกิจใหม่ (4) การพัฒนาคุณภาพสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ (5) ศึกษาฐานตลาดการค้าบนเส้นทางสาย R3A และ (6) การอภิปรายกลุ่ม

ย่อ เรื่องการวิเคราะห์โอกาสการสร้างธุรกิจการค้าบนเส้นทาง R3A และสรุปปัญหา อุปสรรคการเจาะตลาดการค้าบนเส้นทาง R3A ซึ่งในการฝึกอบรมครั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมายเป็น ผู้ประกอบการด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ ตามแนวชายแดนไทย-ลาว และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาฝีมือและศักยภาพแรงงาน และด้านการส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ ตามแนวชายแดนไทย-ลาว การฝึกอบรมในครั้งนี้ ได้มีการแบ่งออกเป็น 3 รุ่น ในช่วงเดือน พฤษภาคม 2554 - สิงหาคม 2554 ณ โรงแรมน้ำโขงริเวอร์ไซด์ อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยวิทยากรที่มาให้ความรู้ในการอบรมนี้ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่างๆทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน

จากการอบรมฝึกปฏิบัติทั้ง 6 โครงการที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายเป็นผู้จัดกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน สามารถสรุปเป็นสาระความรู้ที่แบ่งปันและรายละเอียดอื่น ๆ ได้ดังตารางที่ 4.2



ตารางที่ 4.2 สรุปกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ไทยกับสปป.ลาว ผ่านการอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติการ ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย

ลำดับ	โครงการ	ผู้ให้	ความรู้	สถานที่	ถึงอำนาจ	ผู้รับ	การบันทึก
					ความ สะดวก		
1	ยุทธศาสตร์เมือง คู่มือ: สาน สัมพันธ์สี่เหลี่ยม เศรษฐกิจไทย-จีน	-คสศ. -ผู้แทนของจีน -หอการค้าจังหวัด เชียงราย	-ประสบการณ์ การค้า	สถาบันพัฒนา ฝีมือแรงงาน นานาชาติ เชียงใหม่	✓	-ผู้ประกอบการค้า ชายแดน -กรรมการ หอการค้าจังหวัด -ผู้ประกอบการค้า อื่นๆ	✓
2	ค้าชายแดน เชียงราย: มุ่งสู่ชุม ทางเศรษฐกิจสูง น้ำโขง และเอเชีย ใต้	-คสศ. -หอการค้าจังหวัด เชียงราย	-โอกาส ทางการค้า -GMS BIMSTEC	สถาบันพัฒนา ฝีมือแรงงาน นานาชาติ เชียงใหม่	✓	-ผู้ประกอบการค้า ชายแดน	✓
3	ยุทธศาสตร์เมือง คู่มือ: สาน สัมพันธ์สี่เหลี่ยม เศรษฐกิจไทยกับ สปป.ลาว	-หอการค้าจังหวัด เชียงราย -หอการค้าแขวงบ่อ แก้ว	-ประสบการณ์ การค้า -ระเบียบ กฎหมาย	โรงแรมน้ำ โขงริเวอร์ ไฮด์ ไฮด์	✓	-ผู้ประกอบการค้า -ผู้ประกอบการค้า ชายแดน	✓
4	ผู้ประกอบการมือ อาชีพ (Smart Entrepreneurs)	วิทยากรฝึกอบรม จากภาครัฐและ ภาคเอกชน	-ทักษะด้าน การตลาด	โรงแรม SIAM TRIANGLE	✓	-สมาชิก หอการค้า -ชมรมพ่อค้า ชายแดน	✓
5	นักพัฒนาฝีมือ แรงงานมืออาชีพ (Smart Skills Developer)	วิทยากรฝึกอบรม จากภาครัฐและ ภาคเอกชน	-ทักษะ -HRD	โรงแรม SIAM TRIANGLE	✓	-เจ้าหน้าที่ หน่วยงานภาครัฐ -พนักงานใน สถานประกอบ กิจการ	✓
6	เจาะตลาดการค้า ข้ามแดนบน เส้นทาง R3A	วิทยากรฝึกอบรม จากภาครัฐและ ภาคเอกชน	-ทักษะด้าน การตลาด -สำรวจช่องทาง การค้า	โรงแรมน้ำ โขงริเวอร์ ไฮด์	✓	-ผู้ประกอบการ ด้านการค้า ชายแดนไทย-ลาว -เจ้าหน้าที่ หน่วยงานภาครัฐ	✓

ผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่การค้าชายแดนด่านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ มีความเห็นว่าลักษณะการแบ่งปันความรู้ลักษณะการอบรม สัมมนาและฝึกปฏิบัติ ผู้ประกอบการได้ประโยชน์ มีโอกาสได้พบกับผู้ประกอบการรายอื่นที่มาจากพื้นที่อื่น และไปสู่การหาผู้ร่วมลงทุนในการค้าได้ และมีการ นำความรู้ที่ได้รับจากการมีการแบ่งปันไปใช้ได้โดยเฉพาะการลงพื้นที่ภาคสนาม และในเรื่องการฝึกปฏิบัติรายการเรื่องเกี่ยวกับการลงรายการตามแบบฟอร์มเรื่องภาษี

4.2.1.3 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบไม่เป็นทางการ

จากการศึกษา การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในลักษณะไม่เป็นทางการ กรณีของหอการค้า จังหวัดเชียงราย โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 5 ราย ในพื้นที่ ด่านเชียงของ ได้ ข้อมูลว่า การแบ่งปันความรู้ในลักษณะนี้ จะเกิดขึ้นในระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน โดยเฉพาะถ้าจะต้องมีการแบ่งปันความรู้ ที่เกี่ยวกับเรื่องสินค้า ที่เกี่ยวข้องผลประโยชน์ทางการค้า การแบ่งปันความรู้จะเกิดขึ้นในหลายสถานการณ์ และสถานที่ และมักเป็นกลุ่ม หรือระหว่างผู้ประกอบการสองราย หรือสามราย ขึ้นอยู่กับความสนิทสนม ไว้วางใจกัน สถานที่ที่มีการพบกันระหว่างผู้ประกอบการและมีการแบ่งปันความรู้ กัน เช่น งานทำบุญ งานการกุศล ร้านอาหาร หรือ ที่บ้าน ดังนั้นผู้ประกอบการค้าชายแดนในสถานการณ์หนึ่ง จะเป็นผู้ให้ความรู้ และผู้รับความรู้ หรือในทางกลับกันในอีกสถานการณ์หนึ่ง

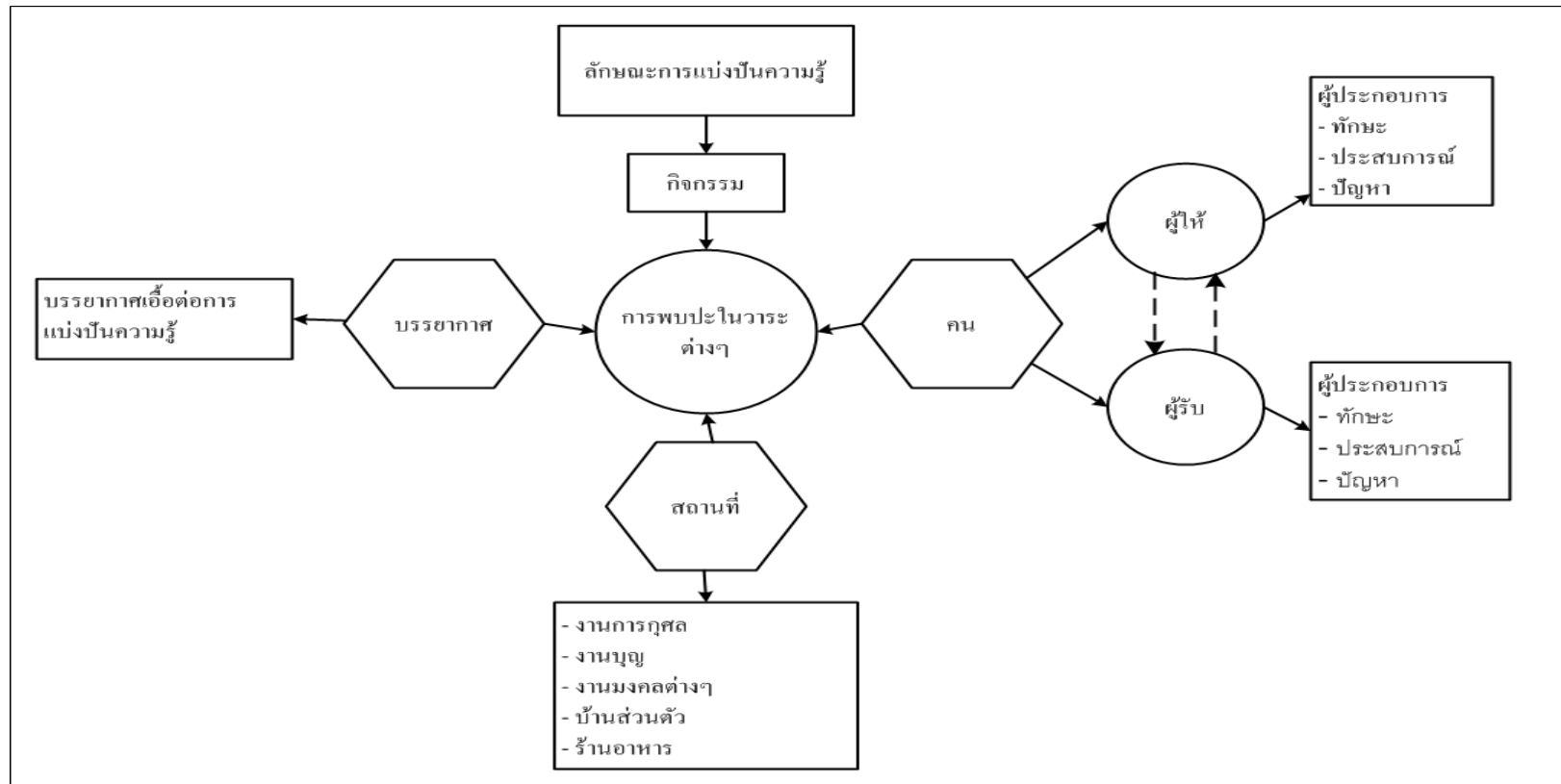
ความรู้ที่มีการแบ่งปัน ถ้ามีการนัดหมายพบกันเป็นกลุ่มความรู้ที่แบ่งปันกันมักจะเป็นความรู้ ส่วนที่ชัดเจน เช่นระเบียบ ข้อบังคับว่าด้วยภาษี นโยบายการค้าชายแดนของฝั่ง สปป.ลาว เรื่องภาษี ค่าธรรมเนียมที่เป็นปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น แต่ถ้าเป็นความรู้แบบฝังลึก คือ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ของตนเองที่ผู้ประกอบการแต่ละรายประสบจากการค้าชายแดน และเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการค้าชายแดนที่เป็นปัญหาเฉพาะของแต่ละคน เช่น เรื่องราคาสินค้า เงินทุน การแลกเปลี่ยนสินค้า ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการค้า ความลำบากค้า ซึ่งความรู้เหล่านี้มักจะเลือกที่จะแบ่งปันกับคนที่สนิท คนที่ไว้วางใจ หรือเป็นกลุ่มเครือญาติ เพื่อน หรือผู้ประกอบการที่อาวุโส และได้รับการยอมรับ นับถือ

บางกรณี ความรู้ที่เป็นความลับทางการค้าหรือความรู้ที่เป็นลักษณะความรู้ส่วนตัว ซึ่งมีความตั้งใจไม่ต้องการแบ่งปัน เนื่องจากเป็นการแข่งขันทางการค้า แต่ถ้าจำเป็นต้องแบ่งปัน ก็จะเลือกผู้ที่จะแบ่งปันด้วย เช่น กรณีที่ผู้ประกอบการต้องการสินค้า ในปริมาณที่เพียงพอ เพื่อจัดส่งให้กับลูกค้าให้ทันตามต้องการ ผู้ประกอบการก็จะจัดหา หรือเลือกซื้อจากผู้ประกอบการที่คุ้นเคยและไว้วางใจกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้ความรู้และผู้รับความรู้ เป็นตัวกำหนดบรรยากาศที่จะเอื้อต่อการแบ่งปันความรู้ ระหว่างผู้ประกอบการ เมื่อผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดี สนับสนุนกัน บรรยากาศการสนทนา การแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ ก็จะดีตามไปด้วย สิ่งนี้จะทำให้การแบ่งปันความรู้เกิดขึ้นง่าย

กล่าวโดยสรุปการแบ่งปันความรู้การค้าขายแบบไม่เป็นทางการจะเกิดขึ้นในสถานที่ต่าง ๆ ตามความสะดวกของพื้นที่ และชนิดของความรู้ที่แบ่งปันก็จะขึ้นอยู่กับความไว้วางใจของผู้ให้และผู้รับเป็นสำคัญ ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นตัวกำหนดบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้ ดังแสดงในภาพที่ 4.3





ภาพที่ 4.3 ลักษณะการแบ่งปันความรู้ผ่านกิจกรรมการประชุมไม่เป็นทางการ

4.2.2 หอการค้าจังหวัดพะเยา

ในปี พ.ศ. 2553 หอการค้าจังหวัดพะเยามีกรรมการบริหารหอการค้ารวม 25 คน และมีที่ปรึกษาที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ 10 แห่ง ในจำนวนหน่วยงานภาครัฐนี้มีหน่วยงานภาครัฐนี้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้า

4.2.2.1 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการประชุมที่เป็นทางการ

หอการค้าจังหวัดพะเยามีการประชุมคณะกรรมการของหอการค้าจังหวัดพะเยาทุกสัปดาห์ในวันอังคาร ระหว่างเวลา 12.00-14.30 น. มีการประชุมและรับประทานอาหารร่วมกัน ซึ่งวาระการประชุมส่วนมากเป็นเรื่องปรึกษาหารือ เรื่องมอบหมายภาระงานและติดตามงานที่เป็นเอกสารประจำของหอการค้า ไม่ได้มีการจัดบันทึกการประชุม ดังนั้นผลในการศึกษาการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดพะเยาในลักษณะกิจกรรมการประชุมที่เป็นทางการจึงไม่มีปรากฏเห็นเป็นรูปธรรม หรือมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เหมือนหอการค้าเชียงราย และจากการสัมภาษณ์

4.2.2.2 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านกิจกรรมการ จัดการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ

การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านกิจกรรมการ จัดการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ ซึ่งหอการค้าพะเยาเป็นผู้จัดหรือร่วมจัด และเข้าข่ายของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ตามกรอบการศึกษาของงานวิจัยนี้ กล่าวคือมีองค์ประกอบ คน สถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีการกำหนดประเด็นความรู้และมีกิจกรรมที่เป็นลักษณะการอภิปรายกลุ่ม จากการศึกษาจากเอกสารรายงานการประชุมสามัญประจำปี และรายงานผลการดำเนินการประจำปี 2553 ตลอดจนการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา ไม่ปรากฏว่ามีการจัด หรือร่วมจัดกิจกรรมแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการสัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติดังกล่าว

4.2.2.3 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบไม่เป็นทางการ

การแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดพะเยา จากการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าพะเยา สัมภาษณ์ผู้ประกอบการการค้าชายแดน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง ซึ่งเป็นพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว สามารถสรุปได้ว่า (1) ผู้ประกอบการการค้าชายแดน พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนกันในกลุ่มอยู่เป็นปกติ ในลักษณะกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ (2) ยังไม่มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ระหว่างผู้ประกอบการการค้าชายแดนและหอการค้าจังหวัดพะเยา

ชนิดของความรู้การค้าชายแดนที่มีการแบ่งปันกันระหว่างผู้ประกอบการ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบ้านฮวก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการเงิน ทุนในการทำการค้าการเกษตรแบบจ้างทำการผลิตปลูกให้ (contract farming) โดยให้ชาวลาว ที่อาศัยอยู่ในบ้านปางมอญ และบ้านฮวก เมืองคอบสปป.ลาว ซึ่งอยู่ฝั่งตรงข้ามกับจุดผ่อนปรนปลูกให้ ผู้ประกอบการบ้านฮวก
2. ความรู้ที่เกี่ยวกับการเสียภาษี พิธีการทางศุลกากร การกรอกเอกสารทางการเกี่ยวกับการค้า โดยจะมีการมอบหมายงาน หรือแบ่งภารกิจให้ผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีความเข้าใจไปติดต่อ หรือสอบถามกับหน่วยงานของรัฐ เช่น จากพาณิชย์จังหวัด ศุลกากร เป็นต้น
3. ความรู้การค้าชายแดนอื่น ๆ ที่เป็นปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ของผู้ประกอบการบางคน บางส่วน ก็มีการนำมาแบ่งปันกันเพื่อช่วยกันหาทางออก หรือแก้ปัญหา
4. ความรู้ที่เป็นปัญหาที่ยังไม่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แต่เป็นการเตรียมการก่อนล่วงหน้า เช่น ผู้วิจัยได้สอบถามถึงว่า ถ้าเกิดกรณีที่ มีผู้ประกอบการรายใหญ่อาจจะเข้ามาทำการจ้างทำการเกษตร เพราะในอนาคตจุดผ่อนปรนบ้านฮวกจะมีฐานะเป็นด่านถาวร อาจจะเอื้อให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ทั้งจากภายในประเทศไทย หรือจากประเทศจีน ซึ่งมีทุนมากกว่าผู้ประกอบการบ้านฮวก เข้ามาลงทุน

4.2.2.4 การแบ่งปันความรู้ในกิจกรรมอื่น ในฐานะผู้รับ

แต่จากการศึกษาจากเอกสารรายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2553-2554 ของหอการค้าจังหวัดพะเยา พบว่าหอการค้าจังหวัดพะเยาได้มีการเข้าร่วมประชุมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการค้าชายแดนในชั้น 2 วาระคือ (1) การเข้าร่วมประชุมเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ วันที่ 10 กรกฎาคม 2552 โรงแรมดุสิตไฮร์แลนด์รีสอร์ท จังหวัดเชียงราย (2) การเข้าร่วมประชุมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน และกลุ่มประเทศร่วมมือทางเศรษฐกิจ 27 กันยายน 2553 และโดยความรู้ที่มีการแบ่งปันจากการประชุมจะเป็นความรู้ที่อยู่ในรูปแบบของ ข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อตกลงความร่วมมือของกลุ่ม GMS และสถิติต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นความรู้แบบชัดแจ้ง และหอการค้าจังหวัดพะเยาซึ่งมีกรรมการเข้าร่วมประชุม อยู่ในฐานะเป็นผู้รับความรู้

หอการค้าจังหวัดพะเยามีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในลักษณะความรู้ที่เป็นนโยบาย ที่รับรู้ร่วมกัน ในกลุ่มกรรมการ โดยความรู้ดังกล่าวเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายของหอการค้าและประกาศความตั้งใจที่จะทำด้านการค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก ให้เป็นด่านถาวรนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา มีการแบ่งปันความรู้ในเชิง

สารสนเทศความพร้อมด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยพื้นฐาน ของจุดผ่อนปรนบ้านสวก เพื่อนำไปสู่การผลักดันนโยบายการเป็นด่านถาวร การทำงานของหอการค้าจังหวัดพะเยา ที่ทำงานร่วมกับทางภาครัฐ เช่นพาณิชย์จังหวัด ฝ่ายปกครองและส่วนจังหวัดพะเยา ทานทูตไทย ประจำนครเวียงจันทน์ กรรมการหอการค้าจังหวัดกลุ่มภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2 และคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) 10 จังหวัดภาคเหนือ ดังนั้นการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในส่วนของหอการค้าจังหวัดพะเยา จะเป็นความรู้ในรูปแบบ สถิติข้อมูล สารสนเทศความพร้อมของเส้นทางคมนาคม มูลค่าการค้า ชนิดสินค้า แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมของผู้วิจัย จากการร่วมประชุม คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือรวม 4 ครั้ง ระหว่าง พ.ศ. 2553-2554 สังเกตเห็นว่า หอการค้าจังหวัดพะเยาในฐานะเป็นกรรมการของคณะกรรมการดังกล่าวได้มีการรายงานสถานการณ์การค้าและเศรษฐกิจ และการค้าชายแดนของจังหวัดพะเยาที่ประชุมทุกครั้งของการประชุม ซึ่งถือว่าหอการค้าจังหวัดพะเยามีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหอการค้าจังหวัดพะเยา แต่เป็นการแบ่งปันความรู้สู่องค์กรข้างนอก มิใช่ภายในองค์กรที่เป็นหอการค้าจังหวัดพะเยา

4.2.3 หอการค้าจังหวัดน่าน

ในปี พ.ศ. 2553 กรรมการบริหารหอการค้าจังหวัดน่านมี 37 คน และมีกรรมการที่ปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐอีก 30 หน่วยงาน กรรมการที่เป็นที่ปรึกษาที่มาจากหน่วยงานภาครัฐนั้น มีหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องการค้า คือ พาณิชย์จังหวัด

4.2.3.1 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการประชุมทางการ

กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน มีการประชุมที่เป็นทางการประจำเดือน รวม 10 ครั้ง ในปีพ.ศ. 2553 และมีการประชุมใหญ่สามัญสมาชิกปี 1 ครั้ง สถานที่ที่ใช้ในการประชุมจะมี 2 ลักษณะคือ โรงแรมทั้งหมด 9 ครั้ง และประชุมที่ห้องอาหาร 1 ครั้ง เวลาในการประชุมประจำเดือนจะเป็นช่วงเย็นประมาณ 20.00 น. มีการบันทึกรายงานการประชุม ลักษณะหรือกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในการประชุมแบบทางการของหอการค้าจังหวัดน่านไม่ได้กำหนดไว้เป็นวาระประจำ แต่จะมีเรื่องที่เกี่ยวข้องประเด็นการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เป็นบางวาระ ซึ่งเป็นการปรึกษาหารือ และแจ้งเพื่อทราบ

ชนิดของความรู้การค้าชายแดนที่แบ่งปันระหว่างกรรมการผ่านที่ประชุมทางการ จะเป็นความรู้ที่ชัดเจน เช่นความก้าวหน้าของการวางแผนพัฒนาด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ การปรับปรุงเรื่องสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ถนน สิ่งอำนวยความสะดวก ตู้

เอทีเอ็ม เป็นต้น และส่วนใหญ่จากการแบ่งปันความรู้ผ่านการประชุมที่เป็นทางการ หอการค้าท่านจะเน้นประเด็น การท่องเที่ยวผ่านทางเส้นทางด่านห้วยโก๋น เป็นหลัก

โดยสรุป การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดน่านจึงไม่ปรากฏ

4.2.3.2 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านทางกิจกรรมสัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ

การอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการในลักษณะกิจกรรมที่เข้าข่ายการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับ สปป. ลาว ที่จัดโดยหอการค้าจังหวัดน่าน หรือหอการค้าจังหวัดน่านร่วมจัด และเข้าข่ายตามกรอบแนวคิดการแบ่งปันความรู้ของการวิจัยนี้ ปรากฏว่า มีเพียงกิจกรรมเดียว ในวันที่ 18-19 กันยายน 2552 การสัมมนา เรื่อง การพัฒนาจุดขายใหม่ด้านการท่องเที่ยวและอนาคตการค้าชายแดนจังหวัดน่าน และมีการทัศนศึกษาโครงการไฟฟ้าหงสา สปป.ลาว สถานจัดการสัมมนา โรงแรมเทวราช จังหวัดน่าน โดย หอการค้าจังหวัดน่านได้ร่วมเป็นเจ้าภาพจัดร่วมกับ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงใหม่ และคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ โดยผู้เข้าร่วมสัมมนา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ การแบ่งปันความรู้ โดยมีวิทยากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประธานหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นผู้ให้ความรู้ด้วย ชนิดของความรู้เป็นแบ่งปันความรู้โดยวิทยากรที่มีประสบการณ์และเป็นผู้ที่ผู้เข้าร่วมได้รับเป็นประสบการณ์ตรง จากการเห็นสถานที่โดยมีการเดินทางไปยังพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว และมีการทัศนศึกษาไฟฟ้าหงสา สปป.ลาว ซึ่งตั้งอยู่ ณ เมืองหงสา ซึ่งตรงข้ามด่านห้วยโก๋น ซึ่งการทัศนศึกษา

4.2.3.3 การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบไม่เป็นทางการ

การแบ่งปันความรู้แบบไม่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดน่าน จากการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าท่าน สัมภาษณ์ผู้ประกอบการการค้าชายแดน พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ผู้ประกอบการพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ละจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในพื้นที่ จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น สรุปได้ว่า (1) ผู้ประกอบการค้าชายแดน และผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวร ห้วยโก๋น ต่างมีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนกันในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเองในพื้นที่ ในลักษณะกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ และ (2) ไม่มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ระหว่างหอการค้าจังหวัดน่าน กับผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และผู้ประกอบการพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น

กิจกรรมที่เป็นลักษณะการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการการค้าชายแดนพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และผู้ประกอบการพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ทูกรายให้ข้อมูลตรงกันว่า กิจกรรมที่มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนนั้น จะเกิดขึ้นจากการพูดคุยกันเมื่อเวลาที่มีกิจกรรมที่ทำให้ผู้ประกอบการค้าชายแดนมารวมตัวกันมารวมตัว เช่น (1) กิจกรรมเกี่ยวกับงานท้องถิ่น เช่น การประชุมกลุ่มของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ งานการกุศล งานสังคม เป็นต้น (2) วันที่มีตลาดนัดการค้าชายแดน เช่น ที่พื้นที่ด่านห้วยโก๋น ซึ่งจะมีทุกวันเสาร์ และในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน จะมีตลาดนัดชายแดนทุก ๆ วันอาทิตย์

ส่วนชนิดของความรู้ที่มีการแบ่งปันกันระหว่างผู้ประกอบการ จะมีอยู่ 3 ประเภท คือ (1) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการ เมื่อมีสินค้าไม่พอสำหรับส่งให้ลูกค้า (2) ความรู้ที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติ กฎเกณฑ์ทางการทั้งของฝ่ายประเทศไทย หรือของฝ่าย สปป.ลาว (3) ความรู้ที่เกี่ยวกับภาษีค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการที่จะต้องออกไปผ่านแดนสินค้า ตลอดจนต้นทุนที่ต้องมีเพื่อเป็นค่าเดินทางของเจ้าหน้าที่มายังจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน เป็นต้น

4.2.4 สรุปการแบ่งปันความรู้ในลักษณะกิจกรรมการประชุมที่เป็นทางการ

หอการค้าเชียงราย มีการประชุมทุกเดือน ที่สม่ำเสมอ มีสถานที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก และมีคน ซึ่งประกอบด้วยคนที่เป็นผู้ให้ความรู้และคนที่เป็นผู้รับความรู้ และมีปฏิสัมพันธ์กัน เปรียบเหมือนการสื่อสาร สองทาง หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในการประชุมประจำเดือน มีสำนักงานเป็นสถานที่ในการประชุม มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ และมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ในขณะที่หอการค้าจังหวัดพะเยา มีการประชุมกรรมการทุกวันอังคาร เวลากลางวัน พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน แต่ไม่มีการบันทึกรายงานการประชุม และไม่ปรากฏว่ามีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนที่ผ่านกิจกรรมที่เป็นการประชุมทางการนี้ ส่วนหอการค้าจังหวัดน่าน มีการประชุมกรรมการหอการค้าประจำทุกเดือน และจากการศึกษาเอกสารรายงานการประชุม ปรากฏข้อมูลว่ามีการประชุมในช่วงเย็น และใช้สถานที่โรงแรม หรือห้องอาหาร เป็นที่จัดประชุม มีการจดบันทึกการประชุม แต่ไม่พบการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ผ่านการประชุมที่เป็นทางการดังกล่าว

4.2.5 สรุปการแบ่งปันความรู้ กิจกรรมทางการอยู่ในรูปของจัดการประชุมอบรมสัมมนา

การฝึกอบรมและการสัมมนาปฏิบัติการ และมีการจัดกิจกรรม ที่เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความรู้ต่าง ๆ ที่แต่ละคนมี มีวิทยากรเพื่อให้ความรู้ กิจกรรมเหล่านี้ หอการค้า

จังหวัดเป็นผู้จัด หรือเป็นผู้จัดร่วม ผู้เข้าร่วมต้องมีการเปิดโอกาสให้กรรมการหอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดนได้เข้าร่วม นอกจากนี้ ต้องมีสถานที่ที่จัดกิจกรรมดังกล่าว มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ เช่น บรรยายภาพ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น กระดานเขียน เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งจากการศึกษา ปรากฏข้อมูลว่า หอการค้าจังหวัดเชียงรายมี การจัดกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ที่อยู่ในข่ายการแบ่งปันความรู้ชายแดนรวม 6 กิจกรรม และเป็นประเด็นเกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว หอการค้าจังหวัดน่านมีการจัดกิจกรรมแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านกิจกรรมลักษณะนี้ 1 กิจกรรม ในขณะที่หอการค้าพะเยาไม่มีการจัดกิจกรรมแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนลักษณะดังกล่าว

4.2.6 สรุปการแบ่งปันความรู้ในลักษณะกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ

กิจกรรมที่เกิดจากการรวมตัวกันของคนสองคน หรือกลุ่มคนและมีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว เป็นการประชุมที่ไม่เป็นทางการ หรือเป็นการการพบกัน ซึ่งในการศึกษาให้ความสำคัญกับการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นระหว่างหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการค้าชายแดน หรือ ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกันเอง

จากการศึกษาปรากฏข้อมูลว่า การแบ่งปันความรู้ลักษณะนี้ ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย และผู้ประกอบการค้าชายแดน ทั้งนี้เพราะกรรมการหอการค้าฝ่ายการค้าชายแดน เป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยและเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่การค้าชายแดน ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้จากการศึกษาปรากฏข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่า ในกรณีของจังหวัดเชียงรายผู้ประกอบการค้าชายแดนก็มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันด้วย สถานที่ที่มีการประชุมแบบไม่เป็นทางการจะเป็นในงานทางสังคม ร้านอาหาร งานบุญ งานการกุศล หรือที่บ้าน เป็นต้น

หอการค้าจังหวัดพะเยาจาก การศึกษาไม่ปรากฏการแบ่งปันความรู้ระหว่างหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว โดยเฉพาะผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก ซึ่งกรณีเช่นนี้จะเหมือนกันกับกรณีของจังหวัดน่าน กล่าวคือหอการค้าจังหวัดน่านไม่ได้มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนกับผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ทั้งพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรห้วยโก๋น

ส่วนการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกันในพื้นที่การค้าชายแดนพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก จะเป็นไปในลักษณะการประชุมที่ไม่เป็นทางการ สถานที่ที่จะพบกันมักจะพบกันในงานหรือเมื่อมีกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในท้องถิ่น เช่น งานบุญ งานการกุศล ศาลาประชาคมประจำหมู่บ้าน หรือที่บ้าน เป็นต้น

ผู้ประกอบการค้าชายแดนในจังหวัดน่าน พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ก็เช่นเดียวกัน แต่มีแตกต่างในเรื่องสถานที่ของการแบ่งปันความรู้ก็คือที่เพิ่มมาอีกแห่งใช้สถานที่ ตลาดนัดชายแดนในทุกวันเสาร์ กรณีของพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และในกรณีของพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว จะเป็นสถานที่ตลาดนัดชายแดน ทุกวันอาทิตย์

4.2.7 ชนิดของความรู้การค้าชายแดนที่มีการแบ่งปัน ในกิจกรรมที่เป็นการประชุมที่เป็นทางการ

ในกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงราย จะเป็นความรู้ที่เรียกว่า ความรู้ชัดแจ้ง เช่น มูลค่าการส่งออกมูลค่าการนำเข้าของสินค้าจากด่านศุลกากรเชียงของ หรือ ระเบียบวิธีปฏิบัติทางศุลกากร อัตราภาษี ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการค้า เป็นต้น ความรู้ประเภทนี้มีการประกาศเพื่อการรับทราบโดยทั่วไป หรือมีการบันทึกในสื่อรูปแบบต่าง ๆ เช่น กระดาษ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ส่วนความรู้อีกประเภทเรียกว่าเป็น ความรู้ฝังลึก เป็นความรู้ที่เป็นความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ของแต่ละคน หรือทักษะ ความสามารถ การหยั่งรู้ เป็นต้น ในกรณีการค้าชายแดน ความรู้ประเภทนี้จะเป็นเรื่องของความเชี่ยวชาญในการค้า การเจรจาต่อรอง ความรู้ประเภทนี้ มีการแบ่งปันกันโดยผ่านกิจกรรมที่เป็นการฝึกปฏิบัติ การสาธิต ส่วนความรู้ทางการค้าชายแดนที่มีการแบ่งปันผ่านทางการประชุมที่ไม่เป็นทางการ หรือผ่านทางพบกันของคนที่เกี่ยวข้องกัน จะเป็นความรู้ที่เป็นประเภทใดก็ได้ ครอบคลุมที่ไม่เป็นความลับทางการค้า หรือไม่ทำให้เกิดการได้เปรียบและเสียเปรียบของผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการแรกของการวิจัยที่ต้องการศึกษาลักษณะของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน สามารถสรุปได้ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัด เชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

หอการค้า	คน	กิจกรรม			
		ทางการ		การแบ่งปัน	ไม่เป็นทางการ
		การประชุม ประจำเดือน	การอบรมสัมมนา (Group Discussion)	ความรู้ ระหว่าง	
เชียงราย	ก.ก.	✓	✓	ก.ก. + ผ.ป.	✓
	ผ.ป.	✓	✓	ผ.ป. + ผ.ป.	✓
พะเยา	ก.ก.	✗	✗	ก.ก. + ผ.ป.	✗
	ผ.ป.	✗	✗	ผ.ป. + ผ.ป.	✓
น่าน	ก.ก.	✗	✓	ก.ก. + ผ.ป.	✗
	ผ.ป.	✗	✗	ผ.ป. + ผ.ป.	✓

หมายเหตุ. ก.ก. หมายถึง กรรมการหอการค้า

ผ.ป. หมายถึง ผู้ประกอบการค้าชายแดน

✓ หมายถึง มีการแบ่งปันความรู้

✗ หมายถึง ไม่มีการแบ่งปันความรู้

จากการศึกษาจากแหล่งที่มาของข้อมูล จากเอกสารรายงานการประชุมประจำเดือน รายงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี รายงานผลการดำเนินงานประจำปี ช่วงระยะเวลา มิถุนายน 2552-มิถุนายน 2554 ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่านตลอดจนการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ กรรมการหอการค้าจังหวัดทั้งสามแห่งที่กล่าวมาแล้ว และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ในเขตด่านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว และผู้ประกอบการค้าชายแดนพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน

4.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่สองของการวิจัย ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารรายงานการประชุม ประจำเดือน เอกสารประชุมใหญ่สามัญประจำปี เอกสารรายงานผลการดำเนินงานประจำปี ช่วงระหว่าง มิถุนายน 2552-มิถุนายน 2554 และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยการเข้าร่วมประชุมกับคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย 2 ครั้งในปี พ.ศ. 2553 การเข้าร่วมประชุมกับคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นกรรมการ ตลอดจนการสังเกตพื้นที่การค้าชายแดนในเขตสามจังหวัดดังกล่าว โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีการค้าชายแดนระหว่างไทยกับ สปป.ลาว และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ด้วยผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน แยกเป็นดังนี้

1. ปัจจัยโครงสร้างการทำงานของหอการค้าจังหวัด
2. ปัจจัยการทำงานร่วมกับภาครัฐ
3. ปัจจัยการทำงานที่เป็นเครือข่าย ประสานภารกิจร่วมกัน
4. ปัจจัยความไว้วางใจกัน
5. ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัว
6. ปัจจัยอุปสรรค หรือปัญหาที่เกิดจากการค้าชายแดน
7. ปัจจัยการเป็นสมาชิกชมรมต่างๆ ในท้องที่
8. ปัจจัยสภาพสังคมวัฒนธรรมร่วมกัน
9. ปัจจัยพื้นที่ ทำเลทางกายภาพ

4.3.1 ปัจจัยโครงสร้างการทำงานของหอการค้าจังหวัด

จากการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยประการแรก ที่ศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ปรากฏว่าหอการค้าจังหวัดเชียงราย มีกิจกรรมที่แบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย-ลาว ผ่านการประชุมกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงรายที่เป็นทางการ และเมื่อศึกษาโครงสร้างคณะกรรมการประจำปี 2553-2554 หอการค้าจังหวัดเชียงราย ข้อมูลแสดงว่า หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน 3 คน คือรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน อำเภอแม่สาย รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน อำเภอแม่สาย

และรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน อำเภอเชียงของ ทั้งสามคนเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่ด้วยเช่นกัน กล่าวคือเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ด่านแม่สาย อำเภอแม่สาย เป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ด่านเชียงแสน อำเภอเชียงแสน และเป็นผู้ประกอบการพื้นที่ด่านเชียงของ อำเภอเชียงของ เมื่อเป็นเช่นนี้ จะทำให้การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ที่เป็นความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติจริง หรือเหตุการณ์ที่เป็นปัจจุบันในพื้นที่การค้าชายแดนถูกนำมาแบ่งปันในเวทีของการประชุมที่เป็นทางการ หรือในทางกลับกัน เมื่อมีการเสนอนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน โดยผ่านหอการค้าจังหวัดเชียงราย ก็ถือได้ว่า ผู้ประกอบการค้าชายแดนได้มีส่วนร่วมด้วย เป็นการส่งเสริมการทำงานของหอการค้าจังหวัดเชียงรายให้ตรงกับเป้าหมาย สอดคล้องกับความเป็นจริง และปฏิบัติได้ เพราะผู้ประกอบการค้าชายแดนมีส่วนร่วมด้วยทั้งสามพื้นที่ของการค้าชายแดน จังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย พื้นที่ด่านถาวรแม่สาย อำเภอแม่สาย พื้นที่ด่านถาวรเชียงแสน อำเภอเชียงแสน พื้นที่ด่านถาวรเชียงของ อำเภอเชียงของ

จากข้อมูลที่ปรากฏ หอการค้าจังหวัดเชียงราย นับว่าเป็นหอการค้าระดับจังหวัดแห่งแรก และแห่งเดียวที่มีสำนักงานสาขาอำเภอ คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย สำนักงานสาขาอำเภอแม่สาย โดยมีพิธีเปิดสำนักงานอย่างเป็นทางการเมื่อ 24 กันยายน 2551 มีหอการค้าจังหวัดเชียงราย และมีสำนักงานสาขาอำเภอแม่สาย โครงสร้างคณะกรรมการบริการสำนักงานสาขา ถึงแม้ในพื้นที่ด่านถาวรเชียงแสนและด่านถาวรเชียงของจะไม่มีสำนักงานสาขา ของหอการค้าจังหวัดเชียงรายก็ตาม แต่การมีรองประธานกรรมการบริหารฝ่ายการค้าชายแดน ซึ่งมาจากพื้นที่การค้าชายแดนของจังหวัด จึงเป็นช่องทางที่เอื้อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ระหว่างหอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดนได้

นอกจากนี้แล้ว จากการที่รองประธานฝ่ายการค้าชายแดนทั้งสามพื้นที่การค้าชายแดนได้ทำงานและเข้าร่วมมีส่วน โดยผ่านการประชุมประจำเดือน ซึ่งเป็นเวทีสำคัญของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดเชียงรายนั่น ตามข้อมูลที่ปรากฏ จากจำนวนการประชุมประจำเดือนทั้งหมด 9 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2553 ปรากฏว่า รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน อำเภอแม่สาย รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดนอำเภอเชียงแสน รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดนอำเภอเชียงของ เข้าร่วมประชุมด้วยครบทั้งสามคน คิดเป็น ร้อยละ 89 ของ การประชุมทั้งหมด มีเพียงครั้งเดียวของการประชุมเท่านั้นที่ รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน มาเข้าร่วมประชุมไม่ครบทั้งสามคน ข้อมูลที่ปรากฏแสดงถึงความสม่ำเสมอและความรับผิดชอบของกรรมการทั้งสามคน ส่วนสาระหรือความรู้ที่มีการแบ่งปันในการประชุมนั้น บางคราวก็เป็นเรื่องแจ้งเพื่อทราบจากพื้นที่การค้าชายแดน ซึ่งเป็นความรู้ที่มีผลกระทบต่อการค้าชายแดน หรือบาง

คราวก็เป็นการปรึกษาหารือเพื่อหาข้อสรุปผ่านทางกรรมการหอการค้าจังหวัดเพื่อช่วยแก้ปัญหาในพื้นที่

จากการที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีการจัดโครงสร้างการบริหารงานโดยมีคณะกรรมการฝ่ายการค้าชายแดนครบทุกพื้นที่การค้าชายแดน คือทั้งสามพื้นที่ ประกอบด้วยพื้นที่ด่านอำเภอแม่สาย พื้นที่ด่านอำเภอเชียงแสน และพื้นที่ด่านอำเภอเชียงของและบทบาทการทำงานอย่างสม่ำเสมอและมีส่วนร่วม โดยพิจารณาจากการเข้าร่วมประชุมและการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในพื้นที่ ตลอดจนการสามารถจัดตั้งสำนักงานหอการค้าจังหวัดเชียงราย ที่อำเภอแม่สาย ได้นับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดเชียงรายได้ดังกล่าวมาแล้ว ในขณะที่ หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ไม่ปรากฏโครงสร้างและการทำงานในลักษณะนี้

4.3.2 ปัจจัยการทำงานร่วมกับภาครัฐ

จากโครงสร้างกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2553 ปรากฏว่ามีกรรมการ 33 คน และมีกรรมการที่ปรึกษา จากหน่วยงานภาครัฐทั้งสิ้น 25 คน ในจำนวนนี้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการค้าชายแดนและปฏิบัติงานในพื้นที่การค้าชายแดนโดยตรง 5 หน่วยงาน คือนายด่านศุลกากร อำเภอแม่สาย นายด่านศุลกากร อำเภอเชียงแสน นายด่านศุลกากร อำเภอเชียงของ ด่านกักกันพืชสวนอำเภอเชียงแสน และ พาณิชย์จังหวัด ในจำนวนหน่วยงานเหล่านี้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว อยู่ 4 หน่วยงาน นอกจากนี้จะมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนโดยอ้อมและเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมกิจการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแถบลุ่มน้ำโขง คือสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติ เชียงแสน

เมื่อมีกรรมการที่ปรึกษาที่มาจากภาคราชการ และเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนในแต่ละพื้นที่การค้าชายแดนดังกล่าว กรรมการเหล่านี้มีส่วนร่วมทำงานโดยการเข้าร่วมด้วยในการประชุมประจำเดือน จากรายงานการประชุมประจำเดือน มีข้อมูลแสดงถึงการแบ่งปันความรู้ของหน่วยงานเหล่านี้ อยู่ในทุกระยะการประชุม ความรู้ที่มีการแบ่งปันกับกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ก็จะเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับสถานการณ์การค้าชายแดน เชิงสถิติ มูลค่าการส่งออก ส่งเข้า ชนิดสินค้า กฎระเบียบ และนโยบายเกี่ยวกับด้านภาษีและศุลกากร เป็นต้น ความรู้เหล่านี้จัดเป็นความรู้ที่ชัดเจน หรือในบางคราวก็มีการนำเสนอปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่ด่านถาวรต่าง ๆ ก็จะนำมาเป็นกรณีศึกษาให้กับที่ประชุมกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย เช่น ปัญหาการทำงานร่วมกับภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน

กล่าวได้ว่า การที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีการทำงานร่วมกับภาคราชการ ในลักษณะการแต่งตั้งเป็นที่ปรึกษาจากหน่วยงานราชการ มีการพบกันทุกเดือนผ่านการประชุม ทำให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งกันและกัน ช่วยกันแก้ปัญหาในกรณีเกิดปัญหาในพื้นที่การค้าชายแดน ซึ่งจะเป็นจุดที่เริ่มที่ดีของบรรยากาศในการแบ่งปันความรู้ระหว่างหน่วยงานภายนอกแต่มาแบ่งปันกับหอการค้าจังหวัดในภาพรวมในการทำงานดังกล่าว มีการประชุมที่เป็นทางการ มีการกำหนดวาระการประชุม มีการจกรายงานการประชุม และจากสถิติของการเข้าร่วมประชุมของที่ปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐจะพบว่า หน่วยงานภาครัฐที่กล่าวถึงต่างให้ความสนใจและเข้าร่วมประชุมอยู่ในสัดส่วนที่พอใจ

เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของหอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าพะเยาไม่มี การจัดวาระการประชุม และไม่มีรายงานการประชุม ซึ่งเปรียบเหมือนเป็นการประชุมประจำเดือนของกรรมการ เป็นลักษณะที่ไม่เป็นทางการ หน่วยงานที่เป็นที่ปรึกษาจากทางราชการที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ที่อยู่ในฐานะที่ปรึกษาที่มาจากภาคราชการ คือกระทรวงพาณิชย์ หรือพาณิชย์จังหวัด

ส่วนหอการค้าจังหวัดน่านปี พ.ศ. 2553 ไม่ปรากฏมีการแต่งตั้งที่ปรึกษาจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว จากการสัมภาษณ์กรรมการหอการค้าจังหวัดน่านได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า บางคราวหอการค้าจังหวัดก็เชิญหน่วยงานภาคราชการมาร่วมหารือและให้ความรู้ด้วย

4.3.3 ปัจจัยการทำงานที่เป็นเครือข่าย ประสานภารกิจร่วมกัน

ในที่นี้เนื่องด้วยกรณีศึกษาการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ดังนั้นความเป็นเครือข่ายของการทำงานที่มีหอการค้าจังหวัดทั้งสามร่วมด้วย และผู้วิจัยได้มีโอกาสสังเกตแบบมีส่วนร่วมโดยเข้าร่วมประชุม ก็คือ คณะกรรมการเพื่อโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจ (กสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ ซึ่งมีหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นกรรมการร่วมด้วย นั้น ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้เรื่องการค้าชายแดนระหว่างหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ เช่น กรณีของหอการค้าจังหวัดตาก หรือเฉพาะการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ซึ่งเป็นการนำเสนอโดย หอการค้าจังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งไม่ได้เป็นการจำกัดเฉพาะในพื้นที่การค้าชายแดนของจังหวัดภาคเหนือตอนบนเท่านั้น แต่เป็นจังหวัดอื่น ๆ ด้วย หอการค้าจังหวัดตาก และหอการค้าจังหวัดอุตรดิตถ์ ได้มีการนำเสนอปฏิบัติที่ทั้งเป็นความสำเร็จและไม่สำเร็จในการดำเนินงานตามแผนงานหรือตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน มาเสนอให้ที่ประชุมทราบ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดังนั้นจึงเป็นบรรยากาศการเรียนรู้จากหอการค้าอื่นและนำกลับไปเพื่อ

เป็นกรณีศึกษาของหอการค้าจังหวัดของตนเองได้ นอกจากนี้สำหรับหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ก็นับว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะใช้เป็นช่องทางในการแบ่งปันความรู้ข้ามพรมแดนของหอการค้าจังหวัด

นอกจากนี้ จากการสังเกตของผู้วิจัยในตลอดช่วงการวิจัยนี้ โดยเป็นที่ปรึกษาประธานกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงรายปี 2553-2554 และเป็นที่ปรึกษาประธานคณะกรรมการ เพื่อโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจ (คสช.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ สังเกตเห็นว่าเครือข่ายอีกสองเครือข่ายที่หอการค้าทั้งสามจังหวัด คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน สามารถใช้ช่องทางนี้เพื่อการทำงานทั้งในส่วนของตัวเองและงานในลักษณะความร่วมมือ ฟังพาได้ เพื่อนำไปสู่การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ของแต่ละจังหวัดได้ดีโดยผ่านการเป็นเครือข่ายร่วมมือกันทำงานกับหน่วยงานอื่นที่เป็นภาคี ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่างจากการทำงานของหอการค้าจังหวัดเชียงรายที่สร้างกิจกรรมของการแบ่งปันความรู้ โดยผ่านการอบรมฝึกปฏิบัติต่าง ๆ ในหอการค้าจังหวัดของตน ด้วยการทำงานประสานกับ ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน และอีกเครือข่ายหนึ่งคือ คณะกรรมการหอการค้าภาคเหนือ ตอนบนกลุ่ม 2

คณะกรรมการชุดนี้ประกอบด้วยหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดแพร่ และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งมีกรรมการทั้งหมด 22 คน ประกอบด้วย ประธานและเลขาธิการหอการค้าจังหวัดทั้ง 4 แห่งละ 2 คน โดยตำแหน่ง และหอการค้าจังหวัดแต่ละแห่งเสนอชื่อกรรมการเพิ่มเติมอีกจังหวัดละ 3 คน การทำงานของคณะกรรมการชุดนี้เกิดจากกลุ่มยุทธศาสตร์จังหวัดโดยมติที่ประชุม คณะรัฐมนตรีปี พ.ศ. 2546 และในขณะเดียวกัน หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนกลุ่ม 2 ก็ทำงานประสานกับหอการค้าไทยผ่านทางกรรมการชุดนี้ โดยเฉพาะ คณะกรรมการชุดนี้มีสำนักงานที่ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงราย

การเป็นเครือข่ายทั้งในระดับที่เป็นหอการค้าจังหวัด และระดับภายในระหว่างสมาชิก หอการค้าจังหวัดด้วยกันเอง หอการค้าจังหวัดจะเป็นปัจจัยที่ทำให้สมาชิกในเครือข่ายเกิดความรู้สึก มีความคุ้นเคยกันในหมู่สมาชิก ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญในการนำไปสู่การแบ่งปันความรู้ได้ง่าย ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

4.3.4 ปัจจัยความไว้วางใจกัน

ปัจจัยความไว้วางใจกันของผู้ประกอบการค้าชายแดนเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดนด้านเชียงของ ผู้ประกอบการได้กล่าวถึงว่า เวลามีปัญหาที่เกิดจากการค้าชายแดน หรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากเรื่องสินค้า ผู้ประกอบการมักจะเลือกคุยหรือปรึกษาหารือกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ตนเองสนิทและไว้วางใจ รวมทั้งกรณีที่เกิดเหตุการณ์สินค้า

อุปโลกปบริ โภคไม่พอส่ง ก็จะขอความช่วยเหลือจากผู้ประกอบที่ไว้ใจกัน ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นคนที่เคยเป็นเพื่อนเรียนมาจากโรงเรียนเดียวกัน หรือถ้ามีปัญหาบางเรื่องที่ต้องการแบ่งปันเรื่องที่เกี่ยวข้องการค้าขายแดนก็มักจะไปหารี้อกับผู้มีประสบการณ์ และที่ไว้ใจ ส่วนผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าขายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก มักจะมีกลุ่มที่พบคุ้นเคยกัน เพราะบริเวณที่ค้าขายแดนไทย – สปป.ลาว เป็นหมู่บ้านที่มีลักษณะเก่าแก่ ผู้ประกอบการในหมู่บ้านมีความคุ้นเคยรู้จักกัน เป็นระยะเวลานาน กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่นี้ค่อนข้างที่จะรู้จัก และสนิทสนมกัน เกิดความไว้วางใจกันและเมื่อมีปัญหาที่เกี่ยวกับการค้าขายแดน เช่น เรื่องเกี่ยวกับการลงทุนที่ต้องมีการระดมทุนเพื่อซื้อวัตถุดิบทางการเกษตร เมล็ดพันธุ์ เพื่อลงทุนให้กับทางฝ่าย สปป.ลาว ก็จะมีการนัดหมายและพบกันเพื่อขอความช่วยเหลือ ส่วนผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าขายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน จะปรากฏว่าความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจะเป็นไปในลักษณะที่แบ่งงานกันทำ เพื่อแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในด้านการออกเอกสารสินค้าผ่านแดนและค่าใช้จ่ายในการเดินทางของเจ้าหน้าที่ ซึ่งผู้ประกอบการก็จะเลือกปรึกษาและทำงานกับผู้ประกอบการที่ตนเองไว้ใจ สำหรับพื้นที่การค้าขายแดนด่านห้วยโก้น ซึ่งข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ปรากฏว่า จะมีความไว้วางใจกันระหว่างผู้ประกอบการที่เคยเป็นนายจ้างและลูกจ้างกันมาก่อน นายจ้างจะมีการสอนงานแก่ลูกจ้าง จนลูกจ้างมีความชำนาญ เชี่ยวชาญ ตลอดจนเห็นช่องทางการค้าขาย ซึ่งเมื่อลูกจ้างมีกิจการเป็นของตนเอง ก็ยังคงติดต่อและขอคำปรึกษาตลอดจนความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ซึ่งฝ่ายที่เป็นนายจ้างก็เต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือ ความสัมพันธ์ดังกล่าวระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง เกิดเป็นความไว้วางใจ เชื่อถือ และมีการแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ในการค้าขายแดน

นอกจากนี้ความเป็นเครือญาติ เช่น เครือญาติผ่านทางการทำงาน เครือญาติที่ห่าง ๆ ก็จะสร้างปัจจัยด้านความไว้วางใจกันให้เกิดขึ้น ดังปรากฏในพื้นที่การค้าขายแดนด่านเชียงของ พื้นที่การค้าขายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก

4.3.5 ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัว

ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ ซึ่งความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ปรากฏจากคำให้สัมภาษณ์ สะท้อนให้เห็นว่าการเป็นคนในรุ่นที่มีวัยใกล้เคียงกันของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความคุ้นเคย รู้จัก สนิทสนมกัน ตั้งแต่วัยเด็ก เช่น เคยเรียนโรงเรียนเดียวกัน อยู่บ้านในตำบลเดียวกัน หรือครอบครัวรู้จักกันมาตั้งแต่รุ่นบิดา มารดา ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีต่อกัน คุ้นเคยกัน และต่างฝ่ายต่างทำการค้าขายแดนด้วยกัน ดังนั้นเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับการค้า ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ก็จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ดังปรากฏจากข้อมูลการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการพื้นที่การค้าขายแดนด่านเชียงของ และพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก ความสัมพันธ์ส่วนตัวอาจเกิดจากการเป็นเพื่อน เป็นเครือญาติ หรือมีความคุ้นเคยกัน ซึ่งจะคล้ายกับ

ปัจจัยที่เป็นความไว้วางใจ ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัว และปัจจัยความไว้วางใจกัน เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวพันกัน จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในพื้นที่การค้าชายแดน จะปรากฏให้เห็นว่า ถ้าผู้ประกอบการค้าชายแดนที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน จะเกิดบรรยากาศของความเป็นมิตร ยินดีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพร้อมช่วยเหลือกัน นอกจากนี้ความเป็นระบบอุปถัมภ์ในสังคมไทย เช่นการเป็นผู้อาวุโสในชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างและลูกจ้างที่ได้ช่วยเหลือลูกจ้างที่เคยทำงานด้วยการให้คำปรึกษา แนะนำ และแบ่งปันความรู้ เพื่อเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดน ดังกรณีที่ปรากฏจากคำสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรห้วยโก๋น

4.3.6 ปัจจัยอุปสรรค หรือปัญหาที่เกิดจากการค้าชายแดน

จากการสัมภาษณ์ปรากฏว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดนมีการรวมตัวกันเพื่อพบ และประชุมกันอย่างไม่เป็นทางการ เกิดจากการมีปัญหาหรืออุปสรรคที่สืบเนื่องมาจากการค้าชายแดน ซึ่งการประชุมอย่างไม่เป็นทางการนั้น เพื่อเป็นการปรึกษาหารือ ระดมสมองเพื่อหาคำตอบในปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาในเรื่องของการลงทุน จะพบ ในพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก ส่วนปัญหาในเรื่องของภาษี จะพบในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชายแดน ปัญหาในเรื่องระเบียบวิธีปฏิบัติทางการค้า จะพบในพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรเชียงของ ซึ่งมักจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ฝ่าย สปป.ลาว ส่วนปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการปฏิบัติงานด้านศุลกากร การออกใบสินค้าข้ามแดน ในพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ผู้ประกอบการต้องมีการประชุมรวมตัวกัน เพื่อแบ่งปันความรู้และเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนปรึกษาหารือ และช่วยระดมทุนในเรื่องของค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นค่าเดินทางให้กับเจ้าหน้าที่ ณ จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน

4.3.7 ปัจจัยการเป็นสมาชิกชมรมต่าง ๆ ในท้องถิ่น

ปัจจัยการเป็นสมาชิกชมรมต่าง ๆ ในท้องถิ่นหรือการทำกิจกรรมร่วมกันในท้องถิ่น ปัจจัยนี้จะเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการค้าชายแดนซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกันมีโอกาสพบ ประชุมรวมกันอย่างไม่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ การเป็นชมรมสมาชิกต่าง ๆ ที่ปรากฏชัดเจนจากข้อมูลการสัมภาษณ์ คือ การเป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัด การเป็นสมาชิกชมรมพ่อค้า หรือชมรมผู้ประกอบการการค้าชายแดน ซึ่งในพื้นที่การค้าชายแดนทุกพื้นที่ที่ทำการศึกษาดังกล่าวก็มีชมรมดังกล่าวทั้งสิ้น และส่วนมากผู้ประกอบการค้าชายแดนต่างก็เป็นสมาชิก ของชมรมนี้ นอกจากนี้จากข้อมูลที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์ จะมีชมรมที่เกี่ยวข้องกับการค้า เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน ด้วย นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในพื้นที่เขตการค้าชายแดนต่าง ๆ ซึ่ง

ผู้ประกอบการทำการค้าอยู่แล้ว หรือมีภูมิลำเนาอยู่ ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่เอื้อให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสมาพบกัน รู้จักกัน สร้างความคุ้นเคยต่อกัน และนำไปสู่บรรยากาศของการแบ่งปันความรู้ กิจกรรมที่เป็นงานทางสังคม งานการกุศล งานอาสาสมัครเพื่อพัฒนาท้องถิ่น และการทำกิจกรรมของส่วนราชการท้องถิ่น ถิ่นนี้เป็นปัจจัยที่เอื้อให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสมาพบกัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าชายแดน ทุกพื้นที่ที่ศึกษา ปรากฏว่ามีการมีโอกาสร่วมในกิจกรรมดังกล่าวมาแล้วจะเป็นโอกาสที่จะแบ่งปันความรู้และปรึกษาหารือกันในเรื่องการค้าชายแดนด้วย

แต่มีข้อสังเกตประการหนึ่งจากพื้นที่การค้าชายแดนด้านเชียงของ จากคำสัมภาษณ์มีความเห็นตรงกันประการหนึ่งคือ ผู้ประกอบการที่มาพบตามนัด หรือมีกิจกรรมที่จัดโดยองค์การปกครองท้องถิ่นจะมีผู้ประกอบการอยู่กลุ่มหนึ่งที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งกลุ่มดังกล่าวก็จะมีการปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนความคิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องอุปสรรคหรือปัญหาที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน แต่ไม่ใช่เป็นความรู้ที่เป็นความลับทางการค้าชายแดน หรือเป็นความรู้ที่เป็นผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน

4.3.8 ปัจจัยสภาพสังคมวัฒนธรรมร่วมกัน

ในแต่ละพื้นที่การค้าชายแดน ซึ่งเป็นพื้นที่ของการศึกษาวิจัยนี้ต่างมีลักษณะของสภาพสังคมและวัฒนธรรมต่างกันออกไป นับตั้งแต่ระดับหออการค้าจังหวัดและระดับพื้นที่การค้าชายแดนในแต่ละพื้นที่ ปัจจัยของสังคมและวัฒนธรรมร่วมกันจะเป็นตัวส่งเสริมการทำงานร่วมกันและการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันด้วย จากข้อมูลจากผู้วิจัยสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ปรากฏเป็นข้อมูลดังนี้ คือ ในพื้นที่การค้าชายแดนด้านเชียงของ ซึ่งเป็นชุมชนที่เก่าแก่และมีการติดต่อค้าขายกับเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว มาก่อนยุคที่ สปป.ลาว จะปิดและเปิดพรมแดนการค้ากับไทยอีกครั้งในปี พ.ศ. 2532 ผู้ประกอบการค้าชายแดนทั้งหมด 5 รายที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ 4 รายเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาเป็นชาวอำเภอเชียงของ ส่วน 1 รายมาจากอำเภออื่นในจังหวัดเชียงราย แต่ก็อยู่ในอำเภอเชียงของเกือบ 20 ปี ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการปลูกฝังทางการค้าและมีการเรียนรู้ประสบการณ์จากรุ่นบิดามารดา ทำให้ผู้ประกอบการการค้าชายแดนพื้นที่ด้านเชียงของ เห็นสภาพของสังคมอำเภอเชียงของที่มีการค้าขายมานาน มีความผูกพันกับพื้นที่ของตนเอง รู้จักและมีวัฒนธรรม และมีสังคมเดียวกันหรือคล้ายกัน ทำให้เอื้อต่อการรวมกลุ่มกัน และเมื่อต้องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในบางเรื่องที่เป็นความรู้ที่เป็นสาธารณะ ที่ทุกคนควรทราบก็จะมีแบ่งปันกันง่าย ทั้งนี้เพราะอยู่ในสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน มีการพบกัน รู้จักกันในงานต่างๆที่เป็นเรื่องของชุมชนและวัฒนธรรม

ส่วนพื้นที่การค้าชายแดนอีกแห่งที่มีสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันคือ ด้านการค้าชายแดนจุดผ่อนปรน

บ้านฮวก ผู้ประกอบการทั้ง 5 รายที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ ทุกรายต่างเป็นคนในพื้นที่และอยู่ในตำบลบ้านฮวกมาตั้งแต่เกิด ครอบครัวทุกครอบครัวรู้จักกันดี และต่างมีบรรพบุรุษอพยพมาจากจังหวัดน่าน หรือมีเจ้านั้นก็มีสายสัมพันธ์เป็นชาวไทลื้อ มีกิจกรรมทางศาสนาและค่านิยมการถือผี ที่เป็นเครื่องหลอมความประเพณีของคนในชุมชน ตลอดจนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้นำในสปป.ลาว

4.3.9 ปัจจัยพื้นที่ ทำเลทางกายภาพ

ปัจจัยพื้นที่ทางกายภาพอาจเป็นทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน หรืออาจจะเป็นอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ก็ได้ในขณะเดียวกัน จากการสังเกตของผู้วิจัยที่ลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจพื้นที่และเก็บข้อมูลรวมทั้งสิ้นสามช่วงระยะ นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2552-เดือน พฤษภาคม 2553 ซึ่งในการลงพื้นที่การค้าชายแดนแต่ละแห่งผู้วิจัยไม่ได้ติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง เป็นการไปเว้นช่วง และใช้เวลาในแต่ละพื้นที่แต่ละครั้งเฉลี่ย 1 สัปดาห์ ในแต่ละพื้นที่ได้ลงไปสำรวจและเก็บข้อมูลนั้นไม่ต่ำกว่า 2 ครั้งเป็นอย่างน้อย ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าในบางพื้นที่การเดินทางจากตัวจังหวัดก็สามารถเดินทางไปยังพื้นที่การค้าชายแดนได้สะดวกเช่นพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรเชียงของ พื้นที่จุดผ่อนปรนฮวก แต่บางพื้นที่ก็ค่อนข้างจะลำบากมากโดยเฉพาะในฤดูฝน การเข้าถึงพื้นที่เป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก พื้นที่ดังกล่าวคือ จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และอีกพื้นที่ของการค้าชายแดนก็อยู่ในจังหวัดน่านเหมือนกัน นั่นคือ ด่านถาวรห้วยโก๋น พื้นที่ทั้งสองแห่งต้องเดินทางผ่านเขาหลายลูก ถนนขึ้นเขาสูงชัน และสภาพถนนไม่ดี โดยเฉพาะสภาพถนนไปจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน เป็นถนนลูกรัง ดินเหนียวแดง และลื่นในหน้าฝน ส่วนหน้าแล้งก็มีสภาพขรุขระ ผู้ประกอบการค้าชายแดนของพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดนส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่อำเภอสองแคว ซึ่งก็อยู่ในสภาพพื้นที่เป็นเขาเช่นกัน สภาพดังกล่าวจึงอาจเป็นอุปสรรคต่อการที่หอการค้าจังหวัดน่านจะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการแบ่งปันความรู้กับผู้ประกอบการค้าชายแดน หรือถ้าเดินทางก็อาจต้องใช้เวลา ดังนั้นจึงเป็นอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในลักษณะที่ต้องมาพบกัน แต่ในขณะเดียวกัน ก็อาจจะเป็นปัจจัยส่งเสริมหรือเอื้อให้ผู้ประกอบการด้วยกันมีโอกาสพบกันได้ง่าย จึงเห็นว่าคำตอบที่ผู้ประกอบการทั้งสองพื้นที่ดังกล่าวได้ตอบสัมภาษณ์ถึงสถานที่ที่ผู้ประกอบการค้าชายแดนพบและมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยแบ่งปันความรู้กัน คือ ตลาดนัดชายแดน เพราะสะดวกที่สุดสำหรับพวกเขา ตลาดนัดชายแดนที่ผู้ประกอบการจะส่งสินค้าและขายสินค้าให้กับลูกค้าฝั่ง สปป.ลาว ซึ่งในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน จะมีตลาดนัดชายแดนทุก ๆ วันอาทิตย์ และที่พื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น จะมีตลาดนัดชายแดนทุกวันเสาร์

สรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยประการที่สอง

วัตถุประสงค์การวิจัยประการที่สองที่ว่าปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน สามารถสรุปได้ว่า มีปัจจัยการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน ปัจจัยที่พบจากการศึกษา จะมีทั้งหมด 9 ปัจจัย ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น แต่จะมีปัจจัยที่ว่าด้วยอุปสรรค และปัญหาของการค้าขายแดนนั้น จะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นเหตุหรือที่มาของการแบ่งปัน แต่ในที่นี้ผู้วิจัยเน้นปัจจัยซึ่งส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ ดังนั้นจึงสรุปรวม เหลือปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้เป็น 8 ปัจจัย ดังนี้

1. ปัจจัยโครงสร้างการทำงานของหอการค้าจังหวัด

เป็นปัจจัยเสริมประการแรกที่ทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนที่เป็นทางการให้เกิดขึ้น ที่ว่าโครงสร้างที่มีรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าขายแดนทั้งสามเขตนั้นมี การค้าขายแดน ด้านถาวรแม่สาย อำเภอแม่สาย ด้านถาวรเชียงแสน อำเภอเชียงแสน และด้านถาวร เชียงของ อำเภอเชียงของ ซึ่งรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าขายแดน ก็เป็นสมาชิกหอการค้าที่เป็น ผู้ประกอบการค้าขายแดนจากในพื้นที่การค้าขายแดนดังกล่าวด้วย

2. ปัจจัยการทำงานร่วมกับภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายแดน

โดยการตั้งหน่วยงานเหล่านั้น เป็นกรรมการที่ปรึกษา และมีการประชุมอย่างเป็นทางการทุกเดือน จะเห็นตัวอย่างได้ชัดเจนจากกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงราย โดยมีกรรมการที่ ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายแดนเข้าร่วม ทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนจากฝ่าย ปฏิบัติงาน ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะเป็นหน่วยที่ปฏิบัติงานประจำอยู่ในพื้นที่ การค้าขายแดนด้วย

3. ปัจจัยการทำงานที่เป็นเครือข่ายของความร่วมมือกัน

เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วยให้เกิดการ จัดการอบรม สัมมนา เจริญปฏิบัติการ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระหว่างหอการค้าจังหวัดกับ ผู้ประกอบการค้าขายแดน โดยเป็นผลการศึกษาที่พบจากการทำงานของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ที่มีการทำงานเป็นเครือข่าย กับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน และการทำงาน ร่วมกับคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (คสศ.) 10 จังหวัดภาคเหนือ

4. ปัจจัยความไว้วางใจกันของผู้ที่จะแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน

ความไว้วางใจกันเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ซึ่งเป็นผลจากการศึกษาที่พบในทุกพื้นที่ ผู้ประกอบการเลือกที่จะแบ่งปันความรู้ที่ไม่เป็นความลับทางการค้า หรือทำให้เสียลูกค้า

5. ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัว

ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ที่พบระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันในทุกพื้นที่ของการศึกษา ซึ่งความสัมพันธ์ส่วนตัวอาจเกิดจากการเป็นเครือญาติ การเป็นเพื่อนร่วมรุ่นเรียนหนังสือมาด้วยกัน หรืออยู่ในพื้นที่เดียวกัน พบในทุกพื้นที่ของการศึกษา ซึ่งความสัมพันธ์ส่วนตัวอาจเกิดจากการร่วมทำกิจกรรมกันในพื้นที่ มีการพบปะสังสรรค์ ร่วมทำงานด้วยกัน หรือเกิดจากการทำงานด้วยกันมาก่อนเกิดเป็นความผูกพันกัน เช่น กรณีของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จังหวัดน่าน

6. ปัจจัยการทำกิจกรรมร่วมกันในท้องถิ่น

การทำกิจกรรมร่วมกันในท้องถิ่น เช่น กิจกรรมสาธารณประโยชน์ อาสาสมัคร งานการกุศล งานบุญประเพณี งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น เป็นปัจจัยให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ต่างมาพบกัน พุดคุยกัน และสังสรรค์กัน ซึ่งปัจจัยนี้จะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้วาระนี้แบ่งปันความรู้กัน

7. ปัจจัยมีสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน

มีความเชื่อ ศรัทธาในสิ่งเดียวกัน เช่น ในกรณีสังคมของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่การค้าชายแดน จุดผ่อนปรนบ้านสวก ตำบลบ้านสวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา

8. ปัจจัยพื้นที่ทางกายภาพ

พื้นที่ทางกายภาพหรือภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ระหว่างผู้ประกอบการที่จะเกิดขึ้นได้ ทำให้ผู้ประกอบการมาพบกัน เช่น พื้นที่ทางกายภาพของตลาดนัดการค้าชายแดน เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมาพบกันหลาย ๆ ราย ซึ่งเป็นปัจจัยให้เกิดบรรยากาศการแบ่งปันความรู้ หรือพื้นที่ทางกายภาพที่การคมนาคมไม่สะดวก ซึ่งปัจจัยและลักษณะดังกล่าว จากการศึกษาจะพบในพื้นที่การค้าชายแดน จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรห้วยโก๋น

4.4 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

วัตถุประสงค์ประการที่สามของงานวิจัยนี้ที่ว่า แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ควรเป็นอย่างไร

จากการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการที่สามนี้ เป็นผลการศึกษาที่ได้จากบทสรุปของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ประการที่หนึ่ง และประการที่สอง ของการศึกษานี้ กล่าวคือ เมื่อผลการศึกษาทำให้มีบทสรุปว่า ลักษณะการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่ง

ในการศึกษานี้คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เมื่อประมวลผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาประการแรกที่ว่า ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน แล้วพบว่ามียุทธศาสตร์ที่เป็นลักษณะกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนที่เป็นอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. การประชุมที่เป็นทางการประจำเดือน
2. การจัดอบรม สัมมนา และการฝึกปฏิบัติที่เข้าข่ายการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน
3. การประชุมที่ไม่เป็นทางการ ระหว่างหอการค้ากับผู้ประกอบการ หรือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง

และจากการประมวลวัตถุประสงค์การศึกษาในวัตถุประสงค์ประการที่สองที่ว่า ปัจจัยอะไรที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งได้แก่ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน นั้น ผลสรุปจากการศึกษา ได้ว่ามีปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน อยู่รวมทั้งสิ้น 8 ปัจจัย คือ

1. โครงสร้างคณะกรรมการบริหารหอการค้าจังหวัด
2. การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน
3. การทำงานของหอการค้าจังหวัดที่เป็นลักษณะเครือข่าย โดยเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ที่มาทำการสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัด การแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัด จากการศึกษา คือ สถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติ เชียงแสน
4. ความไว้วางใจกันระหว่างหอการค้ากับผู้ประกอบการ หรือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง
5. ความสัมพันธ์ส่วนตัว และความคุ้นเคย
6. การทำงานร่วมกันในพื้นที่หรือในท้องถิ่น เช่น การเป็นสมาชิกชมรมผู้ประกอบการค้า

7. การที่มีสังคม วัฒนธรรม และความเชื่อ ความศรัทธา ร่วมกัน

8. พื้นที่ทางกายภาพที่เป็นอุปสรรคในการคมนาคม ติดต่อกับหอการค้าจังหวัด

ดังนั้น เพื่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนหอการค้าภาคเหนือตอนบน โดยอยู่บนพื้นฐานของผลการศึกษา ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าที่เป็นอยู่ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน และจากผลจากการศึกษาปัจจัยที่

ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันในเขตพื้นที่การค้าชายแดนของหอการค้าทั้งสามจังหวัดดังกล่าว จึงเป็นที่มาของแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน 2 แบบจำลองคือ

1. แบบจำลองที่ 1

เป็นแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนที่สามารถประยุกต์ใช้กับทุกหอการค้าจังหวัดทั่วไป และจากการศึกษาแบบจำลองนี้สามารถใช้กับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

2. แบบจำลองที่ 2

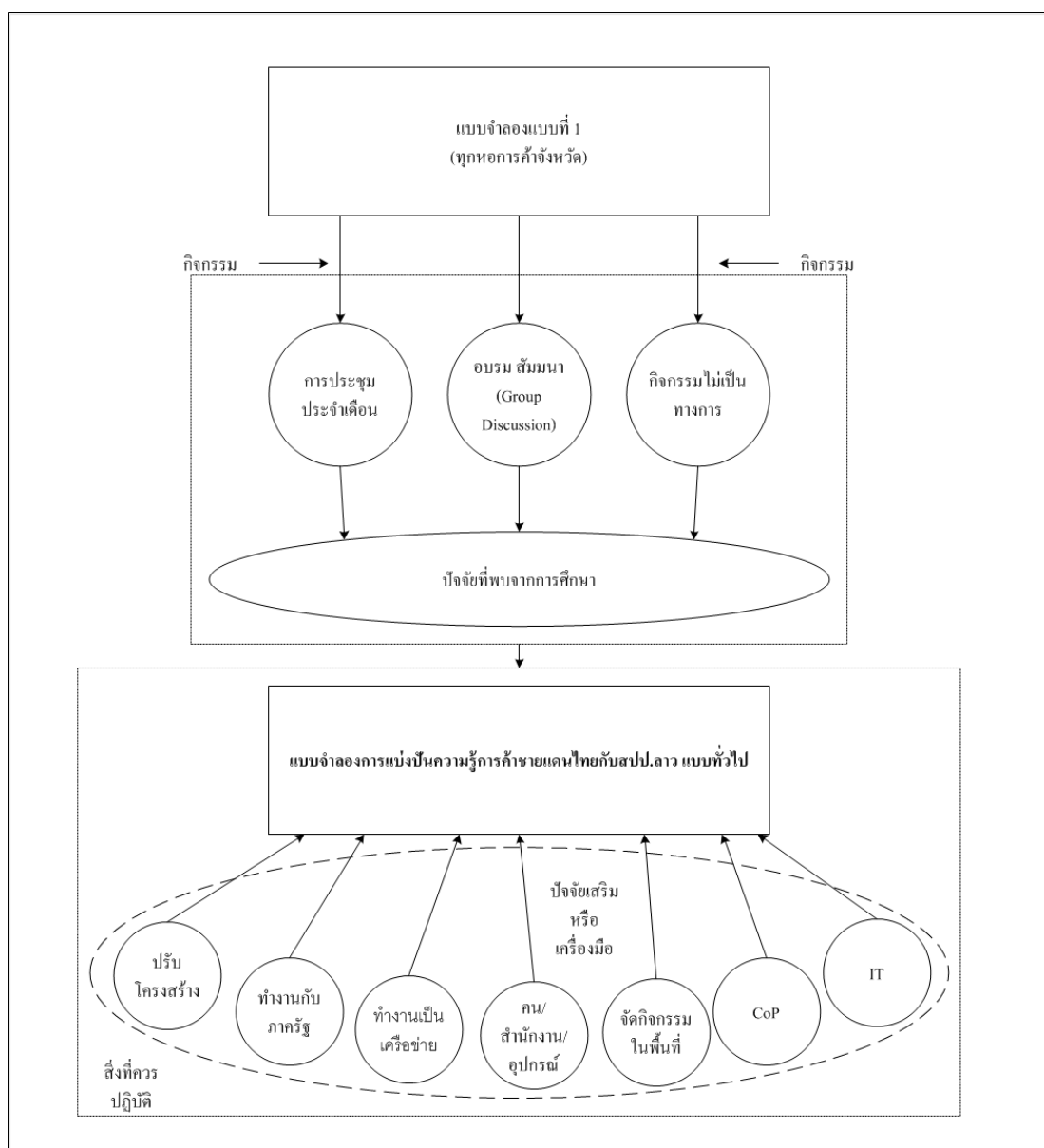
เป็นแบบจำลองที่ประยุกต์ใช้เพื่อการทำงานของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ดังแสดงในผังและคำอธิบายดังนี้

4.4.1 แบบจำลองที่ 1

ผลจากการศึกษาแบบจำลองที่ 1 นั้น เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เนื่องจากผลการศึกษา หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่า หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ต้องมีการปรับปรุงกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการ ดังนี้

หอการค้าจังหวัดพะเยาและหอการค้าจังหวัดน่านควรต้องดำเนินการ

1. ปรับปรุงวิธีการประชุมประจำเดือนให้มีการจัดบันทึกการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เป็นไปตาม ตามข้อบังคับของหอการค้าจังหวัด
2. เมื่อมีการปรับปรุงโครงสร้าง และมีผู้รับผิดชอบด้านการค้าชายแดน ต้องมีการกำหนดวาระการประชุมการประชุมประจำเดือน หรือตามที่หอการค้าจัด โดยเป็นไปตามข้อบังคับของหอการค้า และมีการบรรจุวาระการค้าชายแดน คือเรื่องการค้าชายแดนของหอการค้า
3. ปัจจัยเสริมที่จำเป็นสำหรับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน คือ พนักงาน และสำนักงาน การประชุมซึ่งมีจำนวนเหมาะสม หรืออย่างน้อยให้สามารถทำงานที่จะอำนวยความสะดวกสำหรับประชุมประจำเดือน เมื่อการจัดบันทึกเพื่อการประมวลผลข้อมูล เพื่อการต่อยอดเป็นสารสนเทศ โดยเฉพาะประเด็นการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน



ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 1

จากแบบจำลองที่นำเสนอแบบจำลองที่ 1 ซึ่งใช้เป็นแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน หรือหอการค้าทั่วไปได้ ทั้งนี้เพราะกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ตามกิจกรรมโดยความริเริ่มของหอการค้าจังหวัด คือ (1) แบบทางการ และ (2) แบบไม่เป็นทางการ

4.4.1.1 การแบ่งปันความรู้ในแบบที่เป็นทางการ

จากแบบจำลองในแบบที่ 1 การแบ่งปันความรู้ในแบบที่เป็นทางการ สามารถทำได้ โดยการใช้กิจกรรมที่เป็น

1 การประชุมประจำเดือนของหอการค้าจังหวัดต่าง ๆ แต่จะต้องมีการทำงานที่มีการจัดบันทึกการประชุม และมีวาระที่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตาม การจะทำให้การประชุมประจำเดือนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นลักษณะการแบ่งปันจะต้องมีปัจจัยเสริม ซึ่งได้มาจาก ผลการศึกษาตามข้อมูล ที่มาจากปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะกล่าวต่อไป

2 การอบรม สัมมนา ฝึกปฏิบัติลักษณะทั่วไปนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์กัน ในลักษณะที่เรียกว่า เป็นการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน หรือเป็นการฝึกทักษะเรียนรู้เพื่อเกิดความชำนาญเป็นสำคัญ ซึ่งทั้งนี้จากผลการศึกษาของการวิจัย ก็จะนำเสนอปัจจัยเสริมเพื่อทำให้การอบรมสัมมนา หรือฝึกปฏิบัติเกิดขึ้นได้

4.4.1.2 การแบ่งปันความรู้ในแบบไม่เป็นทางการ

กิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนลักษณะนี้เป็นการเน้นกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ใน 2 ลักษณะ คือ การแบ่งปันระหว่างหอการค้าจังหวัด กับผู้ประกอบการค้าขายแดน และระหว่างผู้ประกอบการค้าขายแดนด้วยกัน ซึ่งหอการค้าในฐานะเป็นองค์กรสามารถจะทำให้กิจกรรมลักษณะนี้เกิดขึ้นได้ หรือส่งเสริมให้เกิดขึ้น และเป็นการต่อยอดของความรู้การค้าขายแดน ซึ่งการที่จะทำให้การแบ่งปันความรู้ในลักษณะไม่เป็นทางการเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และสม่ำเสมอ ก็ต้องมีปัจจัยเสริมด้วยซึ่ง ปัจจัยเสริมดังกล่าวที่จะกล่าวถึงได้มาจาก ผลจากการศึกษาที่มาจาก วัตถุประสงค์ของการศึกษาประการที่สอง

4.4.1.3 ปัจจัยเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ประการที่สอง ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน และผลการศึกษาสรุปได้ว่า พบปัจจัย 8 ประการ คือ

1. โครงสร้างการทำงานของหอการค้าจังหวัด
2. การทำงานของหอการค้าจังหวัดโดยทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายแดน
3. การทำงานของหอการค้าจังหวัดที่เป็นลักษณะเครือข่ายกับหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งสนับสนุนกิจกรรมการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ

4. ความไว้วางใจกันระหว่างหอการค้ากับผู้ประกอบการค้าชายแดน และระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน

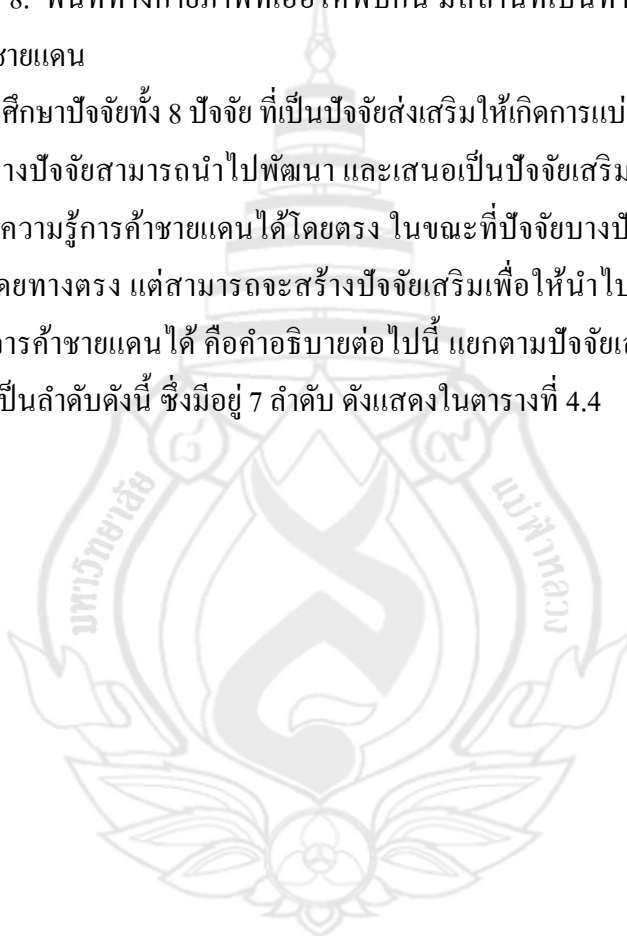
5. ความสัมพันธ์ส่วนตัว อาจจะเป็นระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน หรือระหว่างกรรมการหอการค้ากับผู้ประกอบการค้าชายแดน

6. การมีสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน

7. การทำงานร่วมกันในท้องถิ่น

8. พื้นที่ทางกายภาพที่เอื้อให้พบกัน มีสถานที่ที่เป็นทางคมนาคมสะดวก เช่น ตลาดนัดการค้าชายแดน

เมื่อศึกษาปัจจัยทั้ง 8 ปัจจัย ที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน นั้น ก็จะพบว่าบางปัจจัยสามารถนำไปพัฒนา และเสนอเป็นปัจจัยเสริมเพื่อให้เกิดบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนได้โดยตรง ในขณะที่ปัจจัยบางปัจจัยไม่สามารถจะนำไปสู่ปัจจัยเสริมได้โดยตรง แต่สามารถจะสร้างปัจจัยเสริมเพื่อให้นำไปสู่บรรยากาศที่เอื้อต่อการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนได้ คือคำอธิบายต่อไปนี้ แยกตามปัจจัยเสริมที่เสนอตามลำดับของการที่ต้องทำให้เป็นลำดับดังนี้ ซึ่งมีอยู่ 7 ลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.4



ตารางที่ 4.4 สรุปแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ปัจจัยที่ค้นพบและปัจจัยเสริม

ลักษณะกิจกรรม (ตอบวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1)	ปัจจัยที่พบ ข้อมูลเชิง ประจักษ์ (ตอบ วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)	ปัจจัยเสริม	เหตุผลสนับสนุน
1. การประชุมที่เป็น ทางการประจำเดือน	-โครงสร้าง -ทำงานร่วมกับ หน่วยงานภาครัฐ	-ปรับโครงสร้าง -คน/สำนักงาน/ อุปกรณ์ -ให้มีการทำงาน ร่วมกับภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	-ตัวอย่างจาก หอการค้าจังหวัด เชียงราย
2. การอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติ	-การทำงานเป็น เครือข่ายกับองค์กร	-ทำงานร่วมกับ เครือข่ายหรือ พันธมิตร	-ตัวอย่างจาก หอการค้าจังหวัด เชียงราย
3. การพบปะ/ ประชุมไม่เป็น ทางการ	-ความไว้วางใจกัน -ความสัมพันธ์ส่วนตัว -กิจกรรม (งานบุญ พิธีกรรมทางศาสนา ฯลฯ) -มีปัญหาเรื่องทุน เรื่อง การค้าต่างๆ -ความมีสังคมและ วัฒนธรรมร่วมกัน	-CoP -จัดกิจกรรมในพื้นที่ -ปรับโครงสร้าง -คน/สำนักงาน/ อุปกรณ์ -ITC	

ปัจจัยเสริมลำดับที่ 1 เป็นปัจจัยเสริมตัวแรกที่หอการค้าจังหวัดต้องสร้างเพื่อเอื้อให้เกิดบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในแบบจำลองที่ 1 (แบบทั่วไป) คือ การปรับโครงสร้างของคณะกรรมการ ให้มีผู้รับผิดชอบด้านการค้าชายแดนโดยที่ผู้ที่รับผิดชอบดังกล่าวหรือกรรมการคนใดคนหนึ่งก็ตาม ควรจะต้องเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดนั้น ๆ เป็นสำคัญ ในกรณีที่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากได้เสนอแต่งตั้งกรรมการคือ

นายทะเบียนพาณิชย์จังหวัดแล้ว หรือกรรมการมีครบจำนวนแล้ว หรือทางหอการค้าจังหวัดอาจขอเสนอเพิ่มชื่อกรรมการ เหตุใดเหตุหนึ่ง หอการค้าตามพระราชบัญญัติหอการค้าจังหวัด พ.ศ. 2509 หอการค้าจังหวัดอาจตั้งที่ปรึกษาประธาน เป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนมาร่วมได้ ทั้งนี้เมื่อปรากฏเป็นผู้รับผิดชอบด้านการค้าชายแดน และมีการกำหนดวาระการประชุมเรื่องการค้าชายแดนด้วยการประชุมประจำเดือน

ปัจจัยเสริมลำดับที่ 2 การทำงานร่วมกับภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน จะทำให้เกิดองค์ประกอบที่มีหน่วยงานที่ปฏิบัติ และทราบนโยบาย กฎเกณฑ์ ซึ่งกำหนดการค้าชายแดนทั้งจากฝ่ายประเทศไทย และสปป.ลาว ก็จะทำให้มีบรรยากาศของการแบ่งปันข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และอยู่ในพื้นที่การค้าชายแดน นอกจากนี้จะทำให้เกิดบรรยากาศความร่วมมือทั้งฝ่ายหอการค้าจังหวัดกับภาครัฐ และจากผู้ประกอบการค้าชายแดน ซึ่งเป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัด กับภาครัฐด้วยกันมีความคุ้นเคยกันมากขึ้น

ปัจจัยเสริมลำดับที่ 3 การทำงานเป็นเครือข่าย หรือเป็นภาคี ในการทำงานเพื่อให้เกิดกิจกรรมที่เป็นการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่เป็นการอบรมสัมมนาปฏิบัติการและการฝึกปฏิบัติ หอการค้าจังหวัดอาจจะประสบกับอุปสรรคเรื่องทุน การดำเนินการ สถานที่ เป็นต้น ดังนั้นการเป็นภาคีจะเป็นปัจจัยเสริมที่สำคัญ อย่างเช่น กรณีที่เป็นผลการศึกษา จากหอการค้าจังหวัดเชียงรายที่เป็นภาคีและเครือข่ายกับสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานนานาชาติเชียงแสน หรือแม้แต่หอการค้าจังหวัดอาจจะใช้ช่องทางเครือข่ายที่ตนทำงานด้วย หรือแม้แต่เครือข่ายของหอการค้าจังหวัดที่มีอยู่ก็ได้

ปัจจัยเสริมประการที่ 4 เป็นปัจจัยเสริมที่เป็นเรื่องบุคลากรธุรการ สำนักงานและอุปกรณ์ ของหอการค้าจังหวัดเอง ซึ่งอย่างน้อยควรจะมีบุคลากรจำนวนมากกว่า 1 คน และมีสำนักงาน และอุปกรณ์ ตลอดจนการจัดบันทึกการประชุมที่เป็นลักษณะทางกึ่งการมีวาระ โดยเฉพาะในกรรมการมีการแบ่งปัน ปรัชญาหรือ สาระความรู้เรื่องการค้าชายแดน เป็นสำคัญ ตลอดจนสารความรู้เรื่องอื่นๆ อนึ่งสำนักงานอาจไม่ต้องมีพื้นที่กว้างขวาง ทั้งนี้เป็นภาระแก่หอการค้าจังหวัด แต่ถ้าสามารถทำได้ มีพื้นที่เพื่อเป็นห้องประชุม ก็จะช่วยให้บรรยากาศการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ทำได้สะดวก ในที่นี้หมายถึงการประชุมประจำส่วนของหอการค้าจังหวัดด้วย

ปัจจัยเสริมประการที่ 5 เป็นปัจจัยเสริมที่เกิดจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ของผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดนที่เป็นประเด็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ การมีสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน ความสัมพันธ์ส่วนตัว และข้อจำกัดพื้นที่ด้านกายภาพ หรือภูมิศาสตร์ ที่ยากแก่การเข้าถึง หรือใช้เวลาในการเดินทาง ปัจจัยเสริมในประการที่ 5 ต้องมาจากการริเริ่มของหอการค้าจังหวัด ควรจะต้องหาวิธีการจัดกิจกรรม หรือใช้ช่องทางที่ผู้ประกอบการค้า

ชายแดนจะมาพบกันเพื่อปรึกษา พูดคุยกัน กับหอการค้าจังหวัด เช่นวันที่มีตลาดนัดชายแดน หรือเมื่อมีกิจกรรมของท้องถิ่น เช่น งานการกุศล งานแต่ง หรือการประชุมของชุมชน เป็นต้น หอการค้าจังหวัดอาจใช้โอกาสเหล่านั้น เพื่อพบและสร้างความคุ้นเคยกับผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ โดยที่ถ้าหอการค้าจังหวัดมีผู้ประกอบการค้าชายแดน อยู่ในกรรมการด้วยดังเช่น กรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ก็จะเป็นช่องทางที่ง่าย หรืออาจจะจัดรูปแบบการอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติ หรืออาจจัดเป็นหอการค้าจังหวัดสัญจร ไปยังพื้นที่การค้าชายแดน เป็นต้น ส่วนความบ่อยในการจัดให้เป็นความเหมาะสมของแต่ละหอการค้าจังหวัด นอกจากนี้อาจใช้เครื่องมือของการเป็นชุมชนแนวปฏิบัติ ประกอบด้วยก็จะเป็นสิ่งที่ดี

ปัจจัยเสริมประการที่ 6 การสนับสนุนหรือริเริ่มให้มีชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP) สำหรับผู้ประกอบการค้าชายแดนในแต่ละพื้นที่ โดยอาจแยกเป็น CoP ที่เป็นการค้าชายแดน แยกตามกลุ่มสินค้า ถ้าจำนวนผู้ประกอบการมีจำนวนมาก ก็อาจทำเป็น CoP ได้หลายกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การเป็น CoP ได้ ก็ต้องเกิดจากการริเริ่มจากหอการค้าจังหวัดเองก่อน โดยที่ผู้ริเริ่มควรอยู่ในพื้นที่การค้าชายแดน จะได้มีความคุ้นเคยกัน หรือถ้าไม่ ก็อาจจะต้องใช้ช่องทางกรรมการ ผู้รับผิดชอบการค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดนั้น ๆ เป็นผู้ประสานช่องทางการเป็นกลุ่ม CoP จะสามารถเป็นเวทีของการปรึกษาหารือ แก้ปัญหาของแต่ละพื้นที่ได้

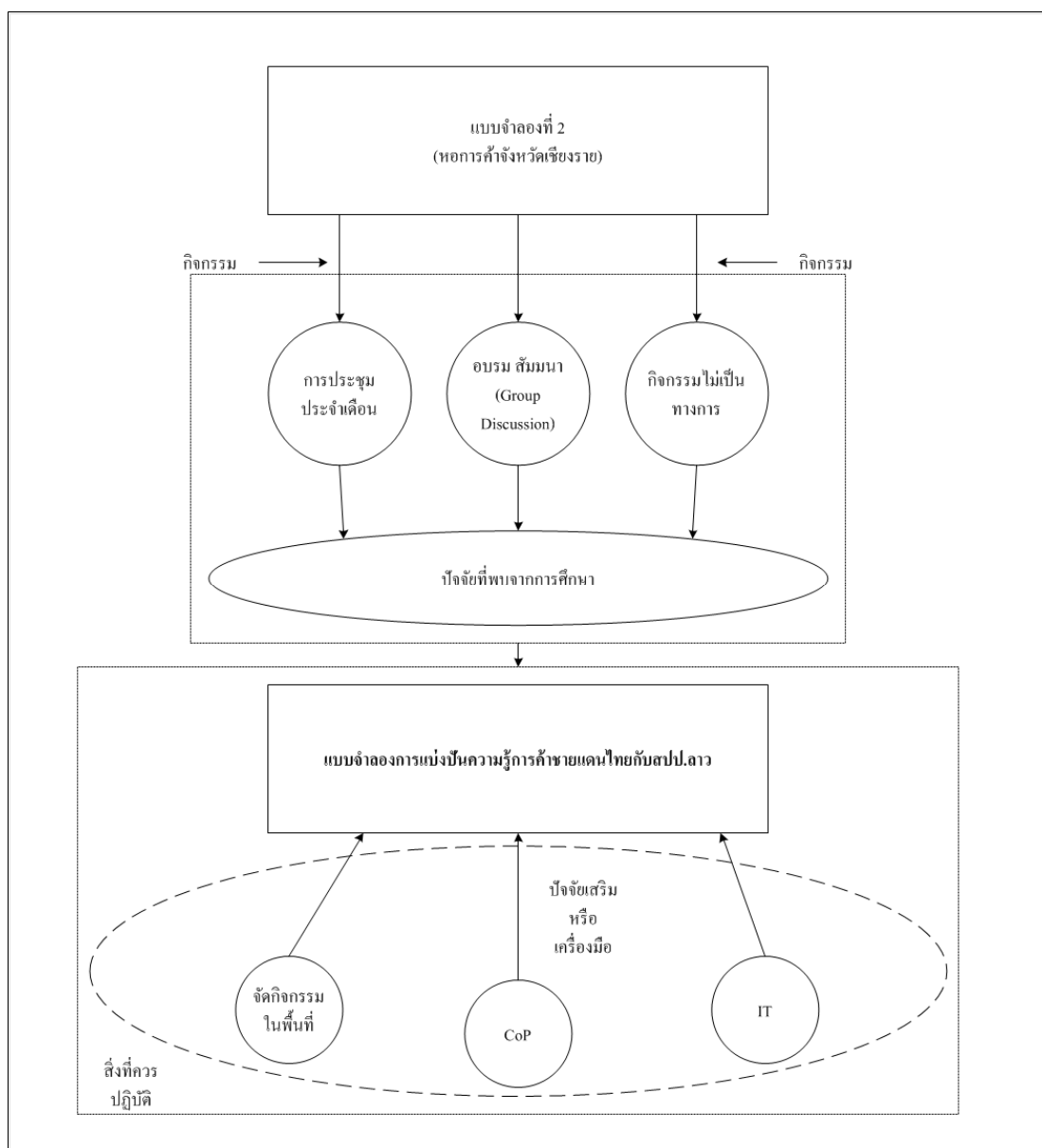
ปัจจัยเสริมประการที่ 7 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเป็นช่องทางในการติดต่อและเข้าถึง ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ลักษณะที่เป็นความรู้ที่ชัดเจน เช่น ประกาศนโยบาย อัตราภาษี จำนวนมูลค่า สถิติเกี่ยวกับการค้าชายแดนของแต่ละพื้นที่จังหวัด หรือแม้แต่เป็นความรู้พื้นฐานที่จะสื่อสารกับสมาชิกหอการค้าจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ ในบริเวณการค้าชายแดน ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน และไม่ยากในการเข้าถึงของผู้ประกอบการค้าชายแดน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ผ่านการสื่อสารไร้สาย เช่น มือถือ เป็นต้น ปัจจัยเสริมประการที่ 7 อาจจะไม่จำเป็นในบางหอการค้าจังหวัด ขึ้นอยู่กับความพร้อมของทั้งฝ่ายหอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดนเป็นสำคัญ

กล่าวโดยสรุป แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในแบบจำลองที่ 1 ซึ่งเป็นแบบทั่ว ๆ ไป มีกิจกรรมที่หอการค้าจังหวัด สามารถทำได้ในลักษณะที่เป็นกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนได้ ใน สาม ลักษณะใหญ่คือ การประชุมประจำเดือนที่เป็นทางการ การอบรม สัมมนา และการฝึกปฏิบัติ ที่มีลักษณะการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการพบเพื่อประชุมแบบไม่เป็นทางการ โดยมีปัจจัยเสริมที่ฝ่ายหอการค้าจังหวัด ต้องเป็นฝ่ายริเริ่มอีก 7 ปัจจัย เรียงตามลำดับความสำคัญ ก่อนหลังดังได้กล่าวมาแล้ว

ส่วนแบบจำลองที่จะนำเสนอต่อไป ก็จะเป็นแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนที่ได้มาจากผลการศึกษา ของการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทยของหอการค้าจังหวัด เชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นแบบจำลองที่อิงกับแบบจำลองทั่วไป (แบบจำลองที่ 1) แต่จะมีรายละเอียด และมีจุดเน้น ตลอดจนปัจจัยเสริมที่มีน้ำหนัก ความสำคัญ ไม่เท่ากันกับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ที่เป็นลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทยของ หอการค้าจังหวัดเชียงราย และผลการศึกษาจากการวิจัยในประการที่สองที่ศึกษาคือ ปัจจัยที่ส่งเสริม การแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทย ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ซึ่งแบบจำลองการแบ่งปัน ความรู้การค้าขายแดนไทย แบบจำลองที่ 2 จะเหมาะสมสำหรับหอการค้าจังหวัดเชียงราย

4.4.2 แบบจำลองที่ 2

จากผลการศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยประการแรก และผลการศึกษาปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปัน ความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน สามารถวิเคราะห์ปัจจัยเสริมเพื่อ นำมาใช้ในแบบจำลองแบบที่สอง ซึ่งเหมาะสมของลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทย กับสปป.ลาวของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ดังแสดงในภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 2

จากภาพจะเห็นว่า หอการค้าจังหวัดเชียงรายต้องการปัจจัยเสริมอีก 3 ปัจจัย เพื่อให้การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวเป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น และแข็งแกร่งขึ้น และมีการเชื่อมโยงกับหอการค้าจังหวัดเชียงราย อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ปัจจัยเสริมของแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในแบบที่ 2 ซึ่งเหมาะกับหอการค้าจังหวัดเชียงรายที่สำคัญมี (1) กลไกเป็น CoP (2) จัดกิจกรรมในพื้นที่การค้าชายแดนโดยผนวกเข้ากับกิจกรรมของท้องถิ่น เพื่อให้มีการพบปะ คຸ້นเคยกันระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดน

และระหว่างกรรมการหอการค้าจังหวัด กับผู้ประกอบการค้าชายแดน และ (3) การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ และการจัดตั้งเป็นสื่อกลางในการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในบางส่วน โดยเฉพาะความรู้ที่เป็นลักษณะชัดแจ้ง ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน เช่น ระเบียบ กฎเกณฑ์ นโยบายการค้าชายแดน ที่เปลี่ยนแปลง ทั้งจากฝ่ายประเทศไทย และจากสปป.ลาว เป็นต้น ปัจจัยเสริม IT อาจถูกนำมาใช้ใน CoP ด้วยก็ได้



บทที่ 5

สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของกลุ่มหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ ประการแรก ศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ประการที่สอง ศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ทั้งนี้เพื่อจะนำไปสู่การวิเคราะห์ และ ประการที่สาม เพื่อเสนอแบบจำลองของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้การค้าชายแดน มีการสร้าง ขกระดับความรู้การค้าชายแดนของไทยที่มีต่อ สปป.ลาว นำไปสู่การจัดการความรู้การค้าชายแดน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและพัฒนาองค์กรของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะประเด็นการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

การวิจัยนี้ใช้กรอบความคิดในเรื่อง การแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing) ของ KMinBusiness และ การสร้างความรู้ (SECI Model of Knowledge Creation and Utilization) ของ โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) และแนวคิดวงจรจัดการความรู้ไม่รู้จัก โดย ประพนธ์ ฝาสุยชิด (2550ก)

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเอกสาร เทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ หน่วยวิจัย (unit of analysis) ที่ศึกษาและเก็บข้อมูลคือ คณะกรรมการหอการค้าของจังหวัดเชียงราย คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และ คณะกรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการค้าชายแดน ในเขตตำบลและอำเภอที่ทำการค้าชายแดนของผู้ประกอบการ แยกเป็น พื้นที่ด่านถาวรเชียงของ จังหวัดเชียงราย พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านฮวก จังหวัดพะเยา พื้นที่จุดผ่านแดนบ้านชนแดน จังหวัดน่าน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น จังหวัดน่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากเอกสารรายงานการประชุมประจำเดือน รายงานผลการดำเนินงานประจำปี เอกสารสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการตีความจากข้อมูลที่ได้จากการวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 32 ราย

ประกอบด้วย กรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย 7 ราย กรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา 3 ราย กรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน 4 ราย ผู้ประกอบการการค้าชายแดนพื้นที่ด่านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 5 ราย ผู้ประกอบการการค้าชายแดนพื้นที่จุดผ่อนปรน บ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา จำนวน 5 ราย ผู้ประกอบการการค้าชายแดน พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน จำนวน 4 ราย และ ผู้ประกอบการการค้าชายแดนพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน รวม 4 ราย

การสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อสังเกตการทำงานของกลุ่มหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ในการประชุมความร่วมมือของหอการค้า 10 จังหวัด ภาคเหนือ ในนามของคณะกรรมการเพื่อโครงการสี่เหลี่ยม เศรษฐกิจ (คสศ.) หอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ และการสังเกตการณ์ เช่น เหตุการณ์ตลาดการค้าชายแดนที่ ด่านเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จุดผ่อนปรนบ้านฮวก ตำบลบ้านฮวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ตำบลบ้านใหม่ชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน และที่ ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน ตลอดจนได้สนทนาเพื่อเก็บข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ที่เป็นเจ้าหน้าที่ด่านศุลกากร ตำบลห้วยโก๋น พ่อค้าที่เข้ามาค้าขายในตลาดการค้าชายแดน ที่มาจากต่างถิ่นและมาขายของบริเวณด่านถาวรห้วยโก๋น และร่วมเดินทางไปกับผู้ประกอบการเพื่อเยี่ยมชมลูกค้า และเจรจาการค้าและธุรกิจยังฝั่งสปป.ลาว ตลอดจนการเข้าร่วมพิธีรดน้ำดำหัวของกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ที่จัดให้กับอดีตประธานหอการค้าซึ่งอาวุโส ส่วนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้หลักเกณฑ์ที่เปรียบเทียบข้อมูลจากมุมมองของผู้เกี่ยวข้องต่างๆและ เปรียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลาย ๆ คน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง สามประการ สรุปได้ดังนี้

5.1 ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย

ผลการศึกษาจากการศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ประการแรกของงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน โดยมีลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวนั้น ศึกษาจากกิจกรรมที่อยู่ในข่ายลักษณะการแบ่งปันความรู้ของ KM in Business เป็นหลัก และชนิดของความรู้ใช้กรอบแนวคิดความรู้ตามแนวคิดที่แบ่งประเภทความรู้เป็นสองลักษณะใหญ่ คือ ความรู้ชัด

แจ้งและความรู้ที่ฝังลึก ตามแนวคิดของ โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) และ ประพนธ์ ผาสุขยืด (2550ข) เป็นกรอบแนวคิด

หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ในฐานะที่เป็นองค์กร มีกิจกรรมที่เข้าลักษณะการแบ่งปันความรู้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 มิติ คือ มิติกิจกรรมที่เป็นทางการ และมิติกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ กล่าวคือ มิติกิจกรรมที่เป็นทางการนั้น ปรากฏว่า กิจกรรมที่เป็นลักษณะการแบ่งปันความรู้ คือการ

1. ประชุมประจำเดือนของคณะกรรมการบริหารหอการค้าจังหวัด ซึ่งเป็นสถานที่เอื้อให้คนที่เกี่ยวข้อง และมีความรู้เกี่ยวกับการค้าชายแดนมาแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งกันและกัน

2. กิจกรรมที่เป็นการอบรมสัมมนา เชิงปฏิบัติโดยมีลักษณะเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมอบรม หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการนั้นได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

ส่วนกิจกรรมที่เป็นลักษณะการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นในขอบข่ายของการทำงานของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน และเป็นการแบ่งปันความรู้ที่เป็นมิติที่ไม่เป็นทางการนั้น คือการพบกันของผู้ประกอบการค้าชายแดน ในพื้นที่การค้าชายแดนทั้งสามจังหวัด คือ พื้นที่การค้าชายแดนด่านถาวรเชียงของ ด่านบเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านสวก ตำบลบ้านสวก กิ่งอำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน ทั้งนี้ผู้ประกอบการทุกพื้นที่ที่ศึกษาเป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนที่ทำการค้ากับสปป.ลาว

ผลจากการศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เมื่อศึกษาหอการค้าทั้งสามจังหวัด คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน สรุปแบ่งเป็นตามหอการค้าจังหวัดดังนี้

5.1.1 หอการค้าจังหวัดเชียงราย

หอการค้าจังหวัดเชียงราย มีการแบ่งปันความรู้ผ่านกิจกรรมการประชุมประจำเดือน ทั้งนี้เพราะหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีองค์ประกอบของคนที่มีความเกี่ยวข้องและมีความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เป็นสมาชิกในคณะกรรมการหอการค้า โดยที่ความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ดังกล่าวอยู่ในลักษณะที่เป็นความรู้ที่มีการรวบรวม และบันทึกอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ หรืออิเล็กทรอนิกส์ ความรู้กลุ่มนี้ จะได้จากกรรมการที่ปรึกษาที่เชิญมาร่วมประชุมทุกเดือน จากบุคลากรด่านถาวรเชียงแสน ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน บุคลากรด่านถาวรเชียงของ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ และพาณิชย์จังหวัดเชียงราย ส่วนความรู้อีกประเภทหนึ่ง ที่มีการนำมาแลกเปลี่ยนแบ่งปันในการประชุมประจำเดือนของคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ก็คือ ความรู้ที่เป็น

ประสบการณ์ตรงของผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวที่ได้มาจากรองประธานกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ฝ่ายการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ซึ่งมี 2 คน ที่อยู่ในกรรมการในตำแหน่งดังกล่าว และทั้ง สองคน นั้น ต่างก็เป็นผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ด้วย

ส่วนในการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว นั้น จะบรรจุเป็นวาระประจำของการประชุมประจำเดือนของหอการค้าจังหวัดเชียงรายทุกครั้งที่มีการประชุม

หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีสิ่งที่มีต่อการแบ่งปันความรู้คือสถานที่ และบุคลากรที่ทำงานเต็มเวลา โดยมีผู้จัดการสำนักงาน 1 คน มีพนักงานธุรการ 2 คน นอกจากนี้ ผลการศึกษาปรากฏว่าหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีการจัดอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ ในลักษณะที่เป็นการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ เกี่ยวข้องกับประเด็นการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว รวม 6 โครงการ ในช่วงเวลาที่เป็นช่วงการศึกษาของงานวิจัยนี้ กล่าวคือ มิถุนายน 2552-มิถุนายน 2554 การจัดโครงการดังกล่าวหอการค้าจังหวัดเชียงรายร่วมเป็นเจ้าภาพกับหน่วยงานอื่น โดยผู้เข้าร่วมในการอบรม หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการดังกล่าว มีกลุ่มผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว และบางครั้งก็มีผู้ประกอบการฝ่าย สปป.ลาว และผู้ประกอบการฝ่ายจีน ซึ่งมาจากมณฑลยูนนานตอนใต้ มาร่วมด้วย

ส่วนการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ที่เป็นลักษณะไม่เป็นทางการของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า จะเป็นการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว กันเอง และบางครั้งก็เป็นการแบ่งปันความรู้จากหอการค้าโดยผ่านรองประธานกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย ฝ่ายการค้าชายแดนที่อยู่ในพื้นที่การค้าชายแดนด้วยเช่นกัน สถานที่ที่มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน หรือระหว่างรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดนกับผู้ประกอบการค้าชายแดน โดยปกติก็จะเป็นในงานที่เป็นพิธีกรรมทางศาสนา งานมงคล งานศพ และกิจกรรมที่จัดขึ้นในพื้นที่อำเภอ เชียงของ เป็นต้น ลักษณะความรู้เป็นการปรึกษาหารือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับวิธีปฏิบัติทางการค้า ศุลกากร เป็นต้น ซึ่งเป็นความรู้ประเภทชัดเจน

ส่วนชนิดของความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ที่มีการแบ่งปันกันของหอการค้าจังหวัดเชียงรายนั้น จะมีทั้งสองชนิด คือ ความรู้ที่ชัดเจน ที่เกี่ยวข้องกับการการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เป็นความรู้มาจากฝ่ายเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้อง เช่น ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการค้า มูลค่าการค้า ชนิดของสินค้า เป็นต้น ส่วนความรู้อีกชนิดหนึ่งคือ ความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึก เป็นความรู้ที่ติดตัวผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว เป็นประสบการณ์การค้า เคล็ดลับการค้า การเจรจาต่อรอง เป็นต้น

5.1.2 หอการค้าจังหวัดพะเยา

หอการค้าจังหวัดพะเยา มีกรรมการบริหารหอการค้าจังหวัด และมีการประชุมประจำสัปดาห์ทุกวันอังคาร แต่ไม่มีการจัดบันทึกรายงานการประชุม และผลจากการศึกษาไม่ปรากฏว่ามีการแบ่งความรู้การค้าชายแดนในลักษณะการประชุมที่เป็นทางการ ในขณะเดียวกัน องค์ประกอบของคณะกรรมการ เมื่อเปรียบเทียบกับกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงราย ปรากฏว่า หอการค้าจังหวัดพะเยาจะมีกรรมการที่ปรึกษาที่มาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนอยู่หน่วยงานเดียว คือ พาณิชย์จังหวัด แต่ไม่ปรากฏหลักฐานการร่วมประชุมกับกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา

ส่วนการจัดอบรมสัมมนา เชิงปฏิบัติการที่เข้าลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ซึ่งหอการค้าจังหวัดพะเยาเป็นผู้จัดนั้นก็ไม่ได้ปรากฏหลักฐานเช่นเดียวกัน จึงสามารถสรุปได้ว่าผลการศึกษาหอการค้าจังหวัดพะเยาไม่มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนในลักษณะกิจกรรมการประชุมประจำสัปดาห์ และไม่พบการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านกิจกรรมการอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติการด้วยเช่นกัน จึงไม่ปรากฏการแบ่งปันความรู้ระหว่างหอการค้าจังหวัดพะเยา และผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว แต่ภายในพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวของหอการค้าจังหวัดพะเยา มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนที่ไม่เป็นทางการระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกันในพื้นที่การค้าชายแดน จุดผ่อนปรนบ้านฮวก ลักษณะการแบ่งปันความรู้ในพื้นที่การค้าชายแดนดังกล่าว เป็นไปอย่างสม่ำเสมอและช่วยกันทำงาน หรือช่วยกันแก้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน เช่น กรณีที่พบจากการศึกษา คือการปรึกษากันเรื่องของเงินทุน การหาช่องทางการค้า ลักษณะความรู้ที่แบ่งปันกันระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวของพื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก เป็นลักษณะความรู้ทั้งสองประเภท คือความรู้ที่ชัดเจน เช่น ระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ข้อปฏิบัติ และความรู้ที่เป็นความรู้ฝังลึก เช่น ประสบการณ์ ของผู้ประกอบการค้าชายแดน ความรู้เกี่ยวกับเงินทุน ความรู้เกี่ยวกับการเจรจาต่อรองการค้า การเกษตร บางเรื่อง เป็นต้น

5.1.3 หอการค้าจังหวัดน่าน

ผลการศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวที่เป็นทางการ โดยผ่านกิจกรรมการประชุมประจำเดือน และการอบรมสัมมนาฝึกปฏิบัติ จะเป็นเช่นเดียวกับหอการค้าจังหวัดพะเยา กล่าวคือ หอการค้าจังหวัดน่านมีกรรมการหอการค้า มีการประชุมกรรมการหอการค้าเป็นทางการประจำเดือน แต่ไม่ได้มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านการประชุมคณะกรรมการหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นกรณีที่คล้ายกับของหอการค้าจังหวัดพะเยา และในทำนองเดียวกัน หอการค้าจังหวัดน่านไม่ได้เป็นผู้จัด หรือร่วมจัดการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการที่

เข้าข่ายการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน จึงสรุปได้ว่าไม่มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

ส่วนการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน ผู้ประกอบการมีการแบ่งปันความรู้ ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เป็นการปรึกษาหารือเกี่ยวกับปัญหาการค้าชาย การแบ่งงานกันทำเพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่ด่านศุลกากรที่อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน การแบ่งปันภาระรับผิดชอบค่าใช้จ่าย เพื่อการอำนวยความสะดวกในการเดินทางของเจ้าหน้าที่ ในกรณีมีการออกหนังสือรับรองผ่านแดนของสินค้าเพื่อส่งให้ลูกค้าในสปป.ลาว ดังนั้นความรู้การค้าชายแดนที่แบ่งปันระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนที่ทำการค้าในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว จังหวัดน่าน จะมีลักษณะเป็นความรู้ที่ชัดเจน เช่นระเบียบข้อบังคับ อัตราค่าธรรมเนียม ขั้นตอนการส่งสินค้า และความรู้อีกประเภทคือ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการค้าชายแดนที่แต่ละคนมี แต่พบว่าผู้ประกอบการค้าชายแดนไม่เข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ที่จะเกิดขึ้นใหม่ ที่ล่าสุด โดยเฉพาะหลักเกณฑ์ที่ผู้ประกอบการค้าชายแดนในพื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน จะพบกันเพื่อการพูดคุยปัญหา หรือแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ที่ใช้กันอยู่คือ ทุก ๆ วันอาทิตย์ ซึ่งเป็นวันที่มีตลาดนัดการค้าชายแดน ณ จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน ตำบลชนแดน อำเภอสองแคว

อีกพื้นที่ ซึ่งเป็นพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว คือพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการค้าชายแดนมีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนระหว่างกันในเรื่องสินค้า โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้ประกอบการจะมีร้านค้าอยู่บริเวณด่านถาวรห้วยโก๋น ตำบลห้วยโก๋น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ โอกาสที่ผู้ประกอบการค้าชายแดนจะพบกันก็คือในวาระที่มีกิจกรรมของท้องถิ่น หรือกิจกรรมทางศาสนา งานมงคล เป็นต้น นอกจากนี้วันที่ผู้ประกอบการค้าชายแดนพบกันได้ที่สะดวกก็คือ ทุกวันเสาร์ ซึ่งเป็นวันที่มีตลาดนัดชายแดน

เมื่อเปรียบเทียบลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนโดยผ่านทางกิจกรรมการประชุมประจำเดือน การอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติการ ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน สามารถสรุปได้ว่า หอการค้าจังหวัดเชียงราย มีการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนที่เป็นทางการ โดยผ่านการประชุมประจำเดือน การจัดการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน โดยการแบ่งปันความรู้ลักษณะที่เป็นทางการดังกล่าวเกิดขึ้นระหว่างหอการค้าจังหวัดเชียงรายและผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วย ในขณะที่หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ไม่มีการแบ่งปันความรู้ในลักษณะดังกล่าว ส่วนผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดน จะพบว่าทุกพื้นที่ของการค้าชายแดนของหอการค้า

จังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่านนั้น ผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าชายแดนมีการแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน และการแบ่งปันนั้นเป็นไปแบบไม่เป็นทางการ

5.2 ผลการศึกษาปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปันความรู้

ปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนคือวัตถุประสงค์ประการที่สองของการวิจัย ซึ่งผลจากการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนสรุปได้เป็น 8 ปัจจัย คือ

ปัจจัยที่ 1 โครงสร้างการบริหารงานโดยผ่านคณะกรรมการบริหารหอการค้าจังหวัด โดยเฉพาะที่พบของหอการค้าจังหวัดเชียงรายคือ โครงสร้างของคณะกรรมการที่เป็นกรรมการหอการค้าจังหวัดเชียงราย กำหนดให้มีรองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดน ซึ่งมาจากพื้นที่การค้าชายแดนที่มีด่านถาวร ทั้งสามแห่งของจังหวัดเชียงราย คือ ด่านถาวรแม่สาย อำเภอแม่สาย ด่านถาวรเชียงแสน อำเภอเชียงแสน และด่านถาวรเชียงของ อำเภอเชียงของ โดยที่รองประธานกรรมการฝ่ายการค้าชายแดนทั้งสามคนดังกล่าว ก็เป็นผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ด้วย

ปัจจัยที่ 2 การทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ปัจจัยนี้จะส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยที่ 3 การทำงานของหอการค้าจังหวัดในลักษณะความร่วมมือ หรือทำงานเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ซึ่งจะส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

ปัจจัยที่ 4 ความไว้วางใจกันระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดน ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว

ปัจจัยที่ 5 ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ความสัมพันธ์ที่เป็นผลจากการศึกษาที่พบ เช่น การเป็นเครือญาติ หรือการเป็นเพื่อนร่วมรุ่นนักเรียน หรือรู้จักคุ้นเคยกัน

ปัจจัยที่ 6 การมีกิจกรรมร่วมกัน ในท้องถิ่น หรือพื้นที่ของแต่ละพื้นที่ที่มีการค้าชายแดน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการค้าชายแดนมาพบกัน และมีการพูดคุยแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวร่วมกัน กิจกรรมที่ทำร่วมกันในท้องถิ่น เช่น งานอาสาสมัครในพื้นที่ งานบุญ งานมงคล งานศพ เป็นต้น

ปัจจัยที่ 7 การมีสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความคุ้นเคยกัน การมีสังคมและวัฒนธรรมร่วมกัน รวมหมายถึงความเชื่อ ศรัทธาในสิ่งเดียวกัน การ

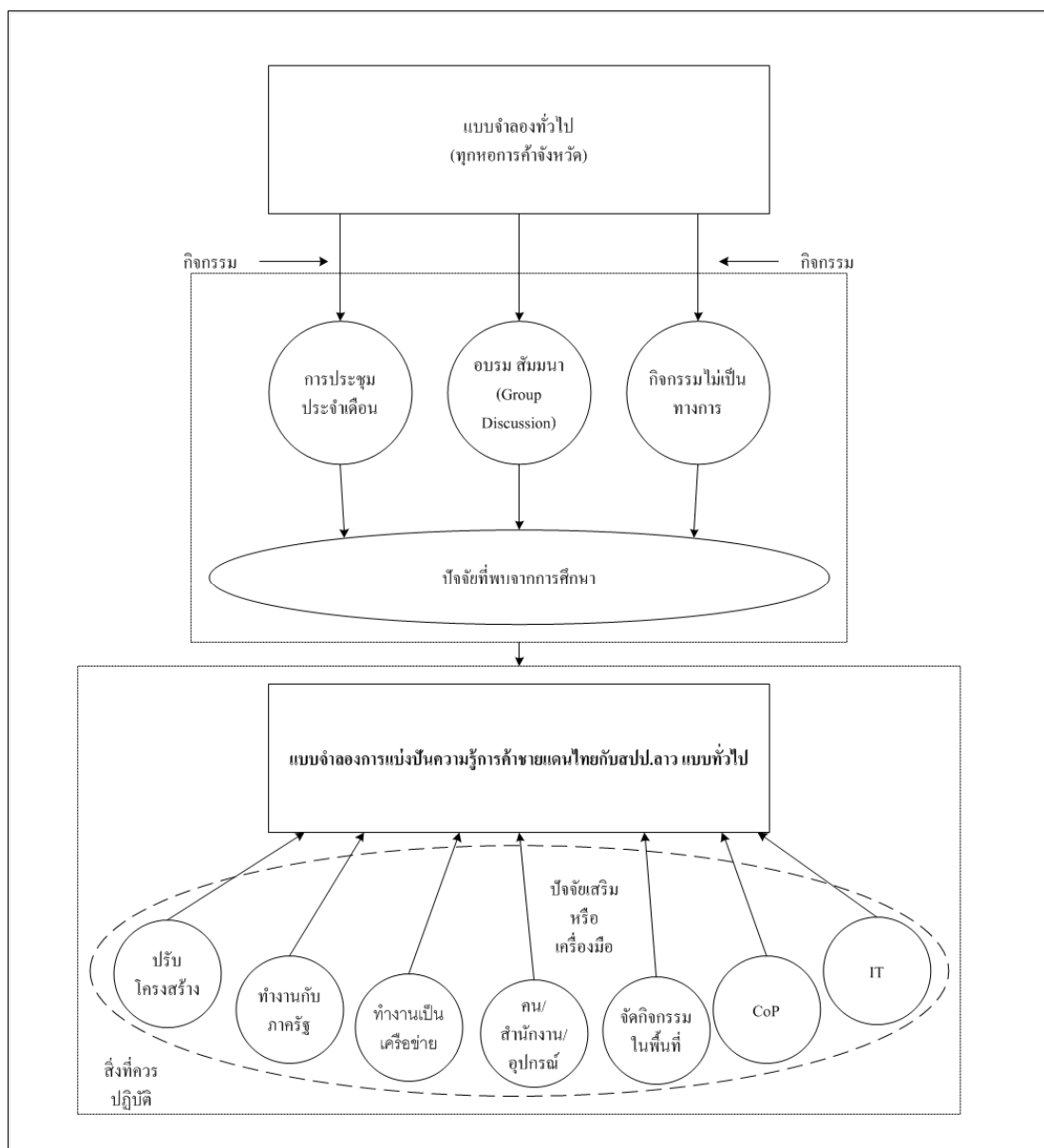
มีความคุ้นเคยเชื่อมโยงกันในชุมชน ทำให้มีความคุ้นเคยกัน และนำไปสู่การพบ ประชุมกัน เพื่อ แบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวได้ง่าย และสม่ำเสมอ

ปัจจัยที่ 8 พื้นที่ทางกายภาพที่เข้าถึงได้ยาก พื้นที่การค้าชายแดนบางพื้นที่ โดยเฉพาะใน จังหวัดน่าน พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น ซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นเขา และใช้เวลาเดินทางจากตัวจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของหอการค้าจังหวัดน่าน เมื่อเป็นเช่นนี้ ทำให้เป็นปัจจัยเสริมให้ผู้ประกอบการค้าชายแดนได้มีโอกาสพบกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในวันที่มีตลาดนัดชายแดน ในขณะที่เดียวกันเป็นอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ระหว่างหอการค้าจังหวัดน่าน และผู้ประกอบการค้าชายแดนในสองพื้นที่การค้าชายแดนดังกล่าว ด้วย

5.3 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน

วัตถุประสงค์ประการที่สามของการวิจัยนี้คือการนำเสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งจากผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ ประการที่หนึ่ง ที่ว่าลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน คือหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่านเป็น อย่างไร และได้ผลการศึกษามาแล้วนั้น ประกอบกับผลการศึกษาของการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ ประการที่สองที่ว่า อะไรคือปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้า จังหวัดภาคเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัย 8 ปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน และนำผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการดังกล่าวแล้ว ทำให้เป็นที่มาของการพัฒนามาสู่แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งแบ่งเป็น 2 แบบจำลองคือ

แบบจำลองที่ 1 เป็นแบบจำลองทั่วไปซึ่งสามารถประยุกต์ใช้เป็นแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน และใช้เป็นแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้า จังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ดังแสดงในภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 อภิปรายผลแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 1

จากแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าแบบจำลองที่ 1 กิจกรรมที่เป็นการแบ่งปันความรู้ยังคงเป็น 3 ลักษณะ ซึ่งเป็นผลมาจากการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยประการแรก คือ

1. การประชุมประจำเดือนที่เป็นทางการ
2. การอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการที่มีลักษณะแลกเปลี่ยนประสบการณ์

3. การแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนผ่านช่องทางอื่นๆที่ไม่เป็นทางการ เป็นการพบกันของกรรมการกับผู้ประกอบการค้าชายแดน หรือระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกันเอง โดยการสนับสนุนส่งเสริมของหอการค้าจังหวัด

ปัจจัยเสริมที่ได้มาจากผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการที่สองของการวิจัยนี้ ซึ่งสรุปรวมทั้งสิ้น 8 ปัจจัย ที่ส่งเสริมดังกล่าวมาแล้ว และจากปัจจัยเสริมทั้ง 8 ประการ ซึ่งเป็นที่มาของปัจจัยเสริมที่จะทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าภาคเหนือตอนบน ซึ่งในที่นี้ แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยแบบที่ 1 จะเหมาะสมสำหรับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นผลมาจากการศึกษา ลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งเมื่อประมวลผลการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยเสริมเพื่อนำไปสู่แบบจำลองของการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนสำหรับหอการค้าจังหวัดพะเยาและหอการค้าจังหวัดน่าน มีผลได้ปัจจัยเสริมรวม 7 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยเสริมที่ 1 ปรับโครงสร้างกรรมการหอการค้าจังหวัดพะเยา และจังหวัดน่าน ให้มีผู้รับผิดชอบด้านการค้าชายแดน โดยอาจจะเป็นผู้ประกอบการจากพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ของทั้งสองจังหวัด และให้มีการประชุมที่เป็นทางการ และมีวาระการประชุมที่เกี่ยวกับการค้าชายแดน และมีการจกรายงานการประชุม

2. ปัจจัยเสริมที่ 2.ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน โดยตรง โดยอาจตั้งเป็นกรรมการและมีการแบ่งปันความรู้ที่เป็นทางการโดยผ่านการประชุม

3. ปัจจัยเสริมที่ 3 ทำงานรวมเป็นเครือข่ายเพื่อการจัดการอบรม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ ที่มีลักษณะการแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ของผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว

4. ปัจจัยเสริมที่ 4 คือ บุคลากรสำนักงาน และอุปกรณ์สำนักงาน ตลอดจนการจัดบันทึกการประชุมที่เป็นทางการ ปัจจัยเสริมนี้เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสำนักงาน เพื่อให้การแบ่งปันความรู้ในลักษณะที่เป็นการประชุมทางการดำเนินไปได้ ปัจจัยพื้นฐานนี้นับตั้งแต่เจ้าหน้าที่ของสำนักงานหอการค้าจังหวัด ตัวสำนักงาน และอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร เป็นต้น เจ้าหน้าที่สำนักงานควรมีอย่างน้อย 2 คน และในการจัดบันทึกการประชุมจะเป็นไปเพื่อเป็นการเก็บรวบรวม และจัดระบบของความรู้ที่เป็นความรู้ชัดแจ้งเกี่ยวกับการค้าชายแดน เช่น สถิติ มูลค่า ระเบียบวิธีปฏิบัติ นโยบายที่สำคัญๆ เป็นต้น

5. ปัจจัยเสริมที่ 5 การจัดกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมการพบกัน สร้างความคุ้นเคยให้เกิดขึ้นระหว่างหอการค้าจังหวัด กับผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว หรือระหว่าง

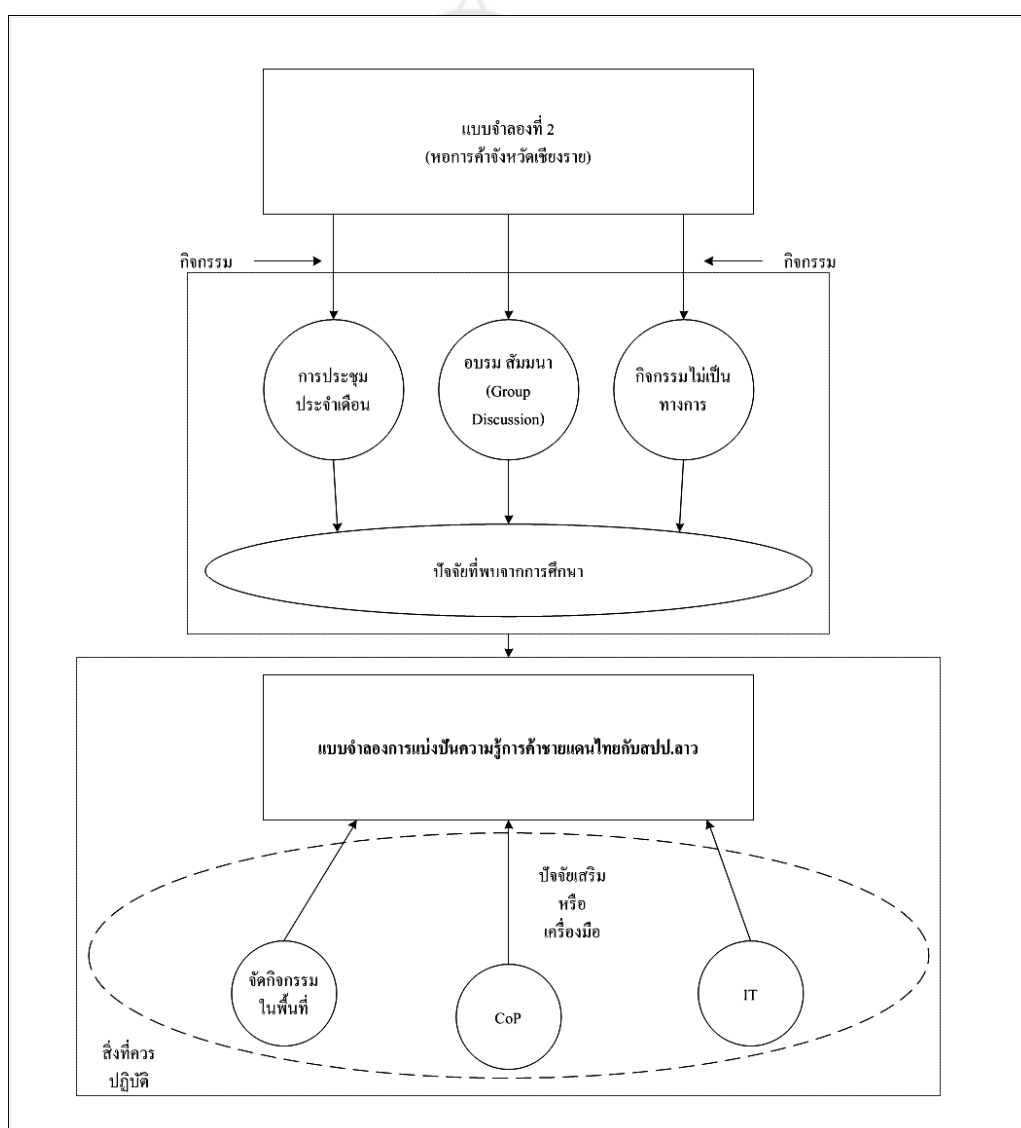
ผู้ประกอบการ โดยหอการค้าจังหวัดเป็นฝ่ายริเริ่ม โดยลักษณะกิจกรรมอาจเป็นการประชุมโดยให้กรรมการฝ่ายการค้าชายแดน และอยู่ในพื้นที่ที่เป็นฝ่ายประสาน หรือเป็นแกน หรืออาจเป็นกิจกรรมที่ร่วมกันเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น หรืออาจเป็นงานเกี่ยวเนื่องทางพิชิตาสนา เป็นต้น

6. ปัจจัยเสริมที่ 6 การริเริ่มให้มีกลไกของการเป็นชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP) ในแต่ละท้องถิ่น หรือระดับหอการค้าจังหวัด ขึ้นอยู่กับความพร้อม ซึ่งในชุมชน CoP นี้ก็จะเป็นเสมือนเวทีที่สมาชิก หรือผู้ประกอบการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ได้มาแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน และในขณะเดียวกัน ที่เป็เวทีที่ปรึกษาหารือ หาทางออกเวลาสมาชิกมีปัญหาเกี่ยวกับการค้าชายแดน

7. ปัจจัยเสริมที่ 7 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ โดยใช้เทคโนโลยี และเครือข่ายติดต่อที่รวดเร็วที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ซึ่งการใช้เทคโนโลยีอาจจะใช้ในระดับการสื่อสารของหอการค้าจังหวัด กับผู้ประกอบการค้าชายแดน หรืออาจจะใช้ภายใน CoP ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมและสะดวกของแต่ละหอการค้าจังหวัด และแต่ละพื้นที่การค้าชายแดนเป็นหลัก ช่องทางการสื่อสารใช้เทคโนโลยีนี้อย่างน้อยใช้เป็นตัวกลางในการกระจายข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน สำหรับผู้ประกอบการ เช่น เรื่องประกาศ แนวปฏิบัติเรื่องภาษี นโยบาย หรือการถามตอบปัญหาด้านขั้นตอนปฏิบัติ หรือการติดต่อขอความช่วยเหลือที่เกี่ยวข้อง สิ่งเหล่านี้ที่กล่าวมาแล้ว จัดว่าเป็นความรู้ประเภทที่ชัดเจน ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดังกล่าว จะเป็นช่องทางเสริมบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่การค้าชายแดนที่ไกลจากตัวจังหวัด และในขณะเดียวกัน ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารกับหอการค้าจังหวัดด้วย

แบบจำลองที่ 2 แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 2 ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบจำลองที่ 2 นี้ เพื่อประยุกต์ใช้กับหอการค้าจังหวัดเชียงราย ซึ่งจากการศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในข้อที่ 1 พบว่าหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ที่เป็นการประชุมประจำเดือนแบบเป็นทางการ มีการจัดบันทึกงานการประชุม มีการจัดอบรมสัมมนาที่มีลักษณะการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ตลอดจนมีกิจกรรมที่เป็นการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นทางการระหว่างกรรมการหอการค้า และผู้ประกอบการค้า และระหว่างผู้ประกอบการค้าด้วยกัน ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้นสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายมีอยู่ กล่าวคือ การมีโครงสร้างในการทำงานที่เอื้อต่อการแบ่งปันความรู้ โดยมีรองประธานกรรมการหอการค้าฝ่ายการค้าชายแดนที่มาจากพื้นที่การค้าชายแดนโดยตรง เช่น พื้นที่การค้าชายแดนด่านแม่สาย พื้นที่การค้าชายแดนด่านเชียงแสน และพื้นที่การค้าชายแดนด่านเชียงของ นอกจากนี้หอการค้าจังหวัดเชียงรายยังมีการทำงานร่วมกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับ

แต่งตั้งเป็นกรรมการที่ปรึกษาหอการค้าจังหวัดเชียงราย และได้เชิญหน่วยงานดังกล่าวเข้าประชุม ประจำเดือน ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวได้ให้ความร่วมมือ แลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนเป็นประจำทุกเดือน ปัจจัยที่พบจากการศึกษาอีกปัจจัยหนึ่งคือ การทำงานเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก ทำให้เกิดกิจกรรมการแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ดังนั้นสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมด จึงเป็นที่มาของแบบจำลอง แบบที่ 2 ซึ่งมีปัจจัยเสริม 3 ปัจจัย คือ (1) การจัดกิจกรรมในพื้นที่ (2) การจัดทำชุมชนแบบปฏิบัติ (CoP) และ (3) เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ดังแสดงในภาพที่ 5.2



ภาพที่ 5.2 อภิปรายผลแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 2

แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนแบบที่ 2 สามารถนำประยุกต์กับการทำงานการแบ่งปันความรู้ของหอการค้าจังหวัดเชียงราย โดยที่มีปัจจัยเสริมอยู่ 3 ปัจจัยที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายให้ความสำคัญและดำเนินการให้เกิดขึ้น เพื่อให้งานการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนมีประสิทธิภาพและทำให้การทำงานเชิงนโยบายมีประสิทธิภาพด้านการค้าชายแดนมีคุณภาพในระดับที่ดี ตลอดจนเสริมสร้างความเข้มแข็งของหอการค้าจังหวัดเชียงรายในประเด็นการค้าชายแดน ทั้งนี้หอการค้าจังหวัดเชียงรายอาจจะดำเนินการตามปัจจัยเสริมดังนี้

ปัจจัยเสริมการจัดกิจกรรมในพื้นที่ เนื่องด้วยหอการค้าจังหวัดเชียงรายมีผู้ประกอบการซึ่งเป็นรองประธานหอการค้าจังหวัดฝ่ายการค้าชายแดนประจำอยู่ในพื้นที่แต่ละพื้นที่การค้าชายแดน รวมทั้งพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ดังนั้นจึงอาจจะเป็นโอกาสที่เกิดขึ้นได้ง่ายที่กรรมการหอการค้าดังกล่าวจะสามารถเป็นผู้ประสานและสร้างความคุ้นเคยกับผู้ประกอบการค้าในท้องถิ่น ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน และกรรมการหอการค้ากับผู้ประกอบการ บรรดาภาคที่ไม่เป็นทางการดังกล่าวจะทำให้เกิดความคุ้นเคยต่อกัน และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนำไปสู่การแบ่งปันความรู้ ความชำนาญ ที่แต่ละคนมี (Nonaka & Takeuchi, 1995)

ปัจจัยเสริมการสร้างและส่งเสริมให้เกิดชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) ในกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงรายและพื้นที่การค้าชายแดนด้านเชิงของการก่อให้เกิดชุมชนแนวปฏิบัติ อาจะเกิดขึ้นได้หลายชุมชน ขึ้นอยู่กับความสนใจในประเด็นความรู้ของผู้ประกอบการซึ่งกลไกแรกผู้ที่ริเริ่มอาจจะมาจากกรรมการหอการค้าซึ่งอยู่ในพื้นที่หรือมาจากการสนใจในการร่วมตัวกันของผู้ประกอบการเอง โดยหลักรวมชาติแล้ว ชุมชนแนวปฏิบัติอาจจะมียู่แล้วเป็นการร่วมตัวกันตามธรรมชาติและตามความสนใจ เช่น ชมรมผู้ประกอบการค้าส่งออก ชมรมผู้ค้าเกี่ยวกับกักตุนอาหาร เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งหอการค้าจังหวัดเชียงรายสามารถใช้กลไก CoP เหล่านี้เป็นช่องทางที่เอื้อให้เกิดบรรยากาศในการแบ่งปันความรู้ได้ แต่ทั้งนี้หอการค้าจังหวัดเชียงราย ควรจะได้มีการสำรวจถึงสถานการณ์ปัจจุบันในความเป็นชุมชนแนวปฏิบัติของพื้นที่ชุมชนการค้าชายแดนเสียก่อน (ชุมชนแนวปฏิบัติเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแบ่งปันความรู้และนำไปสู่ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพราะชุมชนแนวปฏิบัติเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ (Asian Productivity Organization, 2002)

ปัจจัยเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ในกรณีของหอการค้าจังหวัดเชียงรายจากผลการศึกษาถึงแม้จะพบว่าการแบ่งความรู้ในลักษณะที่เป็นทางการ โดยผ่านทางการประชุมและมีส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนมาแบ่งปันความรู้ด้านการค้าชายแดนอย่างสม่ำเสมอ และในขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการด้านการค้าชายแดนเป็นรองประธานกรรมการฝ่ายการค้า

ชายแดน ร่วมแบ่งปันความรู้ด้วย และมีการจัดบันทึกรายงานการประชุม แต่ข้อมูลที่ปรากฏจากการศึกษาจะพบว่าความรู้ที่เกี่ยวกับการค้าชายแดนที่เป็นความรู้ชัดเจน เช่น สถิติ มูลค่า ระเบียบกฎเกณฑ์ ยังไม่มีการประมวลเป็นระบบสารสนเทศที่จะเอื้อให้การสืบค้น และนำเอาออกมาใช้ในลักษณะที่สะดวกและรวดเร็ว ดังนั้นปัจจัยเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยจึงเสนอว่า หอการค้าจังหวัดเชียงรายควรจะมีการจัดระบบฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศทางด้านการค้าชายแดนเพื่อเป็นระบบสารสนเทศพื้นฐาน มีความเป็นปัจจุบันทันสมัย พร้อมทั้งจะให้สมาชิกของหอการค้าสืบค้นข้อมูล นอกจากนี้หอการค้าจังหวัดเชียงรายอาจจะเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อ ประสานงานระหว่างหอการค้ากับสมาชิกโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการค้าชายแดนซึ่งอยู่ในพื้นที่การค้าชายแดนให้มีช่องทางการติดต่อกับหอการค้าจังหวัดในขณะเดียวกันเป็นช่องทางในการเข้าถึงระบบสารสนเทศที่หอการค้าจังหวัดเชียงรายได้ประมวลไว้ ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้งาน เป็นที่นิยม เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์

5.4 อภิปรายผลการศึกษา

ตารางที่ 5.1 ภาพรวมเปรียบเทียบของหอการค้า 3 จังหวัด

ประเด็น	เชียงราย	พะเยา	น่าน
1. สถานที่ตั้ง (location)	มีพื้นที่ติดต่อกับสปป.ลาว เป็นด่านถาวร	มีพื้นที่ติดต่อกับสปป. ลาวจุดเดียวที่ค้าขาย	มีพื้นที่ด่านถาวร 1 แห่ง จุดผ่านแดน หลายแห่ง แต่เป็นด่านเล็ก ๆ
2. ประชากร (population) (พ.ศ. 2554)	ขนาดใหญ่ประมาณ 1,198,656 คน	ขนาดกลาง ประมาณ 486,472 คน	ขนาดกลาง ประมาณ 476,612 คน
3. โครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ (socioeconomic structure)	เป็นจังหวัดที่ส่ง สินค้าออกมากที่สุด	มีมูลค่าการส่งออกน้อย	มีมูลค่าการส่งออกเบา บาง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ประเด็น	เชียงราย	พะเยา	น่าน
4. ปัจจัยพื้นฐาน ทางด้านสาธารณูปโภค (infrastructure)	มีสภาพอยู่ในเกณฑ์ดีทั้ง ทางบก ทางน้ำ และทาง อากาศ	มีสภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ในทางบก	มีสภาพเป็นเมืองปิด มี สายการบินพาณิชย์ บริษัทเดียว การคมนาคม ภายในทางบก และ น้ำประปาต้องมีการ ปรับปรุง
5. ปัจจัยพื้นฐาน ทางการสื่อสาร โทรคมนาคม (communications and telecommunications)	อยู่ในสภาพพร้อม	อยู่ในสภาพพร้อม	ต้องมีการปรับปรุง เนื่องจากมีพื้นที่เป็นเขา เป็นส่วนมาก
6. บรรยากาศของการ ลงทุน (investment atmosphere)	1. อยู่ในสภาพที่พร้อม มี หน่วยงานที่สนับสนุน 2. เป็นศูนย์กลางของ จังหวัดภาคเหนือตอนบน	1. อยู่ในสภาพที่พร้อม เนื่องมีมหาวิทยาลัย 1 แห่ง 2. สภาพในการลงทุน ทางการเกษตรกับสปป. ลาว ด้วยพื้นที่ทางบกที่ ติดต่อกันเดินทางไปมา สะดวก และมีความเป็น เครือข่าย	1. อยู่ในสภาพที่พร้อม ทางการท่องเที่ยว เพราะ พื้นที่การค้าชายแดน ติดต่อกับแขวงไชยบุรี สามารถเดินทางต่อไปยัง หลวงพระบาง และ ประเทศเวียดนาม 2. พื้นที่การค้าชายแดน ด่านห้วยโก๋นอยู่ใกล้กับ เมืองหงสา แขวงไชยบุรี ซึ่งประกอบกิจการ โรงไฟฟ้าถ่านหิน จะทำ ให้เกิดธุรกิจต่างๆ ต่อเนื่องจากโรงไฟฟ้า
7. ความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ (international relations)	เป็นศูนย์กลางของการ ติดต่อค้าขายมาเป็น เวลานาน และเชื่อมต่อกับ เส้นทาง R3A ยังมี เส้นทางไปยังประเทศจีน		

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ประเด็น	เชียงราย	พะเยา	น่าน
8. คุณภาพของหอการค้าจังหวัด (quality of Provincial Chamber of Commerce)	1. ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2510 1. มีการประชุมอย่างต่อเนื่อง 2. ผู้นำและกรรมการมีศักยภาพในการทำงานทั้งระดับประเทศและต่างประเทศ 3. มีการจัดกิจกรรมระหว่างประเทศสี่ชาติ อย่างสม่ำเสมอ 4. มีวัฒนธรรมองค์กรค่อนข้างดี มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐมีการตอบสนองและให้ความร่วมมือด้วยดีสม่ำเสมอ 5. มีการจัดกิจกรรมฝึกอบรม สัมมนาร่วมกับหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ	1. ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2527 2. มีการประชุมกรรมการแต่มีลักษณะไม่เป็นทางการและไม่เน้นเรื่องการแข่งขันความรู้การค้าชายแดนอย่างเป็นทางการ รูปธรรม อันเนื่องมาจากมูลค่าการค้าชายแดนระหว่างไทยกับสปป.ลาว มีน้อย 2. เนื่องจากช่องทางการค้าระหว่างไทยกับสปป.ลาว เป็นช่องทางที่เป็นจุดผ่อนปรน	1. ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2528 2. มีการประชุมกรรมการแต่มีลักษณะเป็นทางการแต่ไม่เน้นเรื่องการแข่งขันความรู้การค้าชายแดนอย่างเป็นทางการ รูปธรรม แต่เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยวข้ามแดนระหว่างไทยกับสปป.ลาว
9. การสนับสนุนภาครัฐ (government support)	1. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างดี 2. ได้รับเชิญประชุมสภาจากผู้ว่าและส่วนราชการต่างๆอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา เน้นในเรื่องของการยกระดับจุดผ่อนปรนบ้านฮวกให้เป็นด่านถาวร	ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐค่อนข้างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐ

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ประเด็น	เชิงราย	พะเยา	น่าน
10. กฎระเบียบ (regulations)	โดยการสร้างอาคาร สถานที่ และการบริการ เพื่อสนับสนุนการค้า ชายแดนให้เกิดความ สะดวก (One Stop Service)	อยู่มนชั้นตอนในการ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ในเขตพื้นที่การค้า ชายแดน โดยการยกระดับ จุดผ่อนปรนให้เป็นด่าน ถาวร แต่อุปสรรคที่สำคัญ คือ ความพร้อมของด่าน จากฝั่งสปป.ลาว	มีโครงสร้างอาคาร สถานที่และบริการ เพื่อ สนับสนุนการค้าชายแดน แต่อุปสรรคที่สำคัญ คือ เส้นทางคมนาคมไปที่ ด่านห้วยโก๋น สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานด้าน สาธารณูปโภคตลอดจน สิ่งอำนวยความสะดวกใน เรื่องของการเบิกถอน-เงิน
11. ธุรกิจการเงิน (banking)	การทำธุรกรรมทางการเงิน ของการค้าชายแดน ไทยกับสปป.ลาว ยังไม่มี ความเป็นสากล ยังขาด การใช้ข้อตกลงอัตรา แลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ แต่ ปัจจุบันยังอิงอยู่กับระบบ การแลกเปลี่ยนเงินไทย รวมทั้งสามารถใช้เงิน สกุลบาท	การทำธุรกรรมทางการเงิน ของการค้าชายแดน ไทยกับสปป.ลาว ยังไม่มี ความเป็นสากล ยังขาด การใช้ข้อตกลงอัตรา แลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ แต่ ปัจจุบันยังอิงอยู่กับระบบ การแลกเปลี่ยนเงินไทย รวมทั้งสามารถใช้เงิน สกุลบาท	การทำธุรกรรมทางการเงิน ของการค้าชายแดน ไทยกับสปป.ลาว ยังไม่มี ความเป็นสากล ยังขาด การใช้ข้อตกลงอัตรา แลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ แต่ ปัจจุบันยังอิงอยู่กับระบบ การแลกเปลี่ยนเงินไทย รวมทั้งสามารถใช้เงิน สกุลบาท
12. ระบบการศึกษา (education)	มหาวิทยาลัยในจังหวัด เชียงรายมีความพร้อมใน เรื่องของภาษา โดยการ สอนเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน	มหาวิทยาลัยมีหนึ่งแห่ง แต่หอการค้าจังหวัดมี ความริเริ่มที่จะจัด ศูนย์กลางเพื่อรองรับต่อ การค้าชายแดน และ ภูมิภาคอาเซียน	มหาวิทยาลัยหนึ่งแห่ง แต่ ยังเป็นเพียงมหาวิทยาลัย สาขาของ มทร. ซึ่งมี สำนักงานอธิการบดี จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ประเด็น	เชียงราย	พะเยา	น่าน
13. ความสัมพันธ์ทางสังคม (social relations)			
13.1 กรรมการหอการค้า กับ กรรมการหอการค้า	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์
13.2 กรรมการหอการค้า กับ ผู้ประกอบการ	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์
13.3 ผู้ประกอบการค้า กับ ผู้ประกอบการ	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์ 3. มีระบบชาติพันธุ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์ 3. มีระบบชาติพันธุ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติ 2. มีระบบอุปถัมภ์ 3. มีระบบชาติพันธุ์
13.4 ผู้ประกอบการ กับ ผู้ประกอบการสปป.ลาว	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติอยู่บ้าง 2. มีระบบอุปถัมภ์ 3. มีระบบชาติพันธุ์	1. มีความสัมพันธ์ทางเครือญาติอยู่บ้าง 2. มีระบบอุปถัมภ์ 3. มีระบบชาติพันธุ์	1. มีระบบอุปถัมภ์ 2. มีระบบชาติพันธุ์

เพื่อให้เห็นภาพโดยรวม ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษา เพื่อจะได้เห็นภาพรวมในมิติต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ค้นพบ จากการศึกษาครั้งนี้

1. จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดใหญ่ มีโครงสร้างของหอการค้า มีความเป็นรูปธรรมและกระชับ ผู้บริหารหอการค้าที่ผ่านมาให้ความสำคัญ และเป็นที่ยึด สำหรับผู้ปฏิบัติในรุ่นต่าง ๆ ต่อมา ทำให้มีกระบวนการเรียนรู้ระหว่าง สมาชิกเก่า กับ สมาชิกรุ่นใหม่ ยังมีการให้การอุปถัมภ์ช่วยเหลือ แบ่งปันความรู้ระหว่างกัน มีการกำหนดบุคคลที่จะรับผิดชอบ โดยข้อตกลงแบบสมานฉันท์ ไม่มีข้อขัดแย้งในการดำเนินการ ทำให้หอการค้าจังหวัดเชียงราย มีศักยภาพมากกว่าหอการค้าจังหวัดอื่น

2. กระบวนการแบ่งปันความรู้ภายในเขตชายแดนมีสมาชิกหอการค้าจังหวัดเชียงรายประจำพื้นที่ชัดเจน ในอำเภอเชียงของ ซึ่งต่างกับหอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

3. เนื่องจากปัจจุบัน มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมากยิ่งขึ้น กระบวนการแบ่งปันความรู้โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อโทรคมนาคม ช่วยให้งานของหอการค้าที่มีพื้นที่ห่างไกล สามารถดำเนินการได้

4. บทบาทของหอการค้า เนื่องจากหอจังหวัดเชียงรายเป็นหอการค้าจังหวัดที่ใหญ่กว่าหอการค้าจังหวัดอื่น และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง จึงได้รับการยอมรับจากหอการค้าจังหวัดอื่น ๆ ให้เป็นประธานกลุ่มหอการค้า 10 จังหวัดภาคเหนือ อันได้แก่ หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ หอการค้าจังหวัดแม่ฮ่องสอน หอการค้าจังหวัดตาก หอการค้าจังหวัดแพร่ หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน หอการค้าจังหวัดอุดรธานี หอการค้าจังหวัดลำปาง หอการค้าจังหวัดลำพูน และหอการค้าจังหวัดเชียงราย

5. กระบวนการการแบ่งปันความรู้ เกิดขึ้นได้ไม่เพียงแต่ภายในหอการค้าจังหวัดเท่านั้น แต่ผ่านกระบวนการประชุมของ คสศ. ทำให้หอการค้าในแต่ละจังหวัด สามารถเรียนรู้ซึ่งกันและกันได้

จากผลการวิจัยและได้ผลการศึกษาเพื่อตอบข้อวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งสามประการดังกล่าวมาแล้ว และมีการนำเสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา หอการค้าจังหวัดน่าน ที่สามารถปรับใช้กับทุกหอการค้าจังหวัด เพื่อทำให้เกิดกิจกรรมและบรรยากาศการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว หรือไม่จำกัดเฉพาะเป็นความรู้ประเด็นการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว อาจจะเป็นการแบ่งปันความรู้ในเรื่องต่างๆ ได้ ซึ่งการแบ่งปันความรู้เป็นขั้นตอนแรก ๆ ที่สำคัญของการสร้างความรู้ตามแนวคิดของ โนนากะ และทาเคอุชิ (Nonaka & Takeuchi, 1995) และ บอค และคิม (Bock & Kim, 2002)

ปัจจัยทั้ง 7 ประการนั้น ในบางกรณีหอการค้าจังหวัดที่นำแบบจำลองนี้ไปใช้อาจไม่ต้องใช้ปัจจัยเสริมทั้ง 7 ปัจจัย ขึ้นอยู่กับว่าขณะนี้หอการค้าจังหวัดได้มีปัจจัยนั้นอยู่แล้ว และทำได้ดีแค่ไหน ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยนี้ หน่วยการศึกษา คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน สำหรับหอการค้าจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้เสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวแบบที่ 2 และปัจจัยที่เป็นปัจจัยเสริมในแบบจำลองที่ 2 มีเพียง 3 ปัจจัยทางการ กล่าวคือ กิจกรรมที่เป็นทางกรนั้นประกอบด้วย (1) การประชุมเป็นทางการ ประจำเดือน ของกรรมการหอการค้าจังหวัด (2) กิจกรรมการจัดอบรม สัมมนา เชิงปฏิบัติการ ที่มีฝึกปฏิบัติ หรือมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดน

ส่วนกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการของการแบ่งปันความรู้ อาจเกิดได้ใน 2 ลักษณะ คือ การแบ่งปันความรู้ระหว่าง หอการค้าจังหวัด และผู้ประกอบการค้าชายแดน และการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้ประกอบการค้าชายแดนด้วยกัน

ในแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยที่นำเสนอที่มีปัจจัยเสริมที่จะช่วยให้เกิดกิจกรรมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน และบรรยากาศการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ต้องมีปัจจัยเสริมทั้งหมด 7 ปัจจัยเสริม ซึ่งผู้ที่จะมีบทบาทสำคัญในการนำแบบจำลองไปใช้และเอื้อต่อการเกิดปัจจัยทั้ง 7 นั้น ก็คือตัวผู้บริหารองค์กร ในที่นี้ก็คือ ประธานหอการค้าจังหวัด เพราะประธานหอการค้าจังหวัด เปรียบเสมือนผู้นำองค์กรที่มีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร (Schien, 2010) วัฒนธรรมในการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนจะเกิดขึ้นได้ ตามแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ตามผลของการศึกษาต้องมีปัจจัยเสริมที่ศึกษาด้วยกัน 7 ปัจจัย ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดว่าปัจจัยดังกล่าวเหมือนหรือแตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ โดยมีเหตุผลสนับสนุน หรือขัดแย้งอย่างไร จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

5.4.1 ลักษณะขององค์กรในการศึกษา

ลักษณะขององค์กรที่เป็นหน่วยวิเคราะห์ ในการศึกษาของงานวิจัยนี้คือ หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน อันประกอบด้วย ตัวอย่างหอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน เป็นองค์กรเอกชนตามพระราชบัญญัติหอการค้า พ.ศ. 2509 แต่เป็นองค์กรเอกชนไม่สามารถแสวงหากำไร ลักษณะการทำงานจะเข้าข่ายองค์กรสมาชิกที่ประสานนโยบายกับภาครัฐ โดยเฉพาะจากระดับจังหวัด เสนอความคิดเห็น เรื่องการค้าการลงทุน และเศรษฐกิจเชิงนโยบาย ให้บริการสมาชิกเพื่อเอื้อต่อผู้ทำการค้า ผ่านการออกเอกสารรับรอง เป็นต้น ดังนั้นเมื่อศึกษาเรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ประการแรกที่เป็นเรื่องศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าทั้งสามจังหวัดดังกล่าว จึงไม่สามารถเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่ศึกษาประเด็นการแบ่งปันความรู้เช่นกัน ด้วยความแตกต่างในลักษณะขององค์กรเป็นสำคัญ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการแบ่งปันความรู้จะเป็นองค์กรเชิงธุรกิจ และมีเพียงองค์กรเดียวที่เป็นองค์กรอาสาสมัคร

5.4.2 อภิปรายผลการศึกษาตามปัจจัยเสริมที่นำเสนอในแบบจำลองการแบ่งปันความรู้ การค้าขายแดน

ปัจจัยเสริมที่ค้นพบทั้ง 7 ข้อจากงานวิจัยนี้ พบว่ามีบางปัจจัยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ในการอภิปรายผลการศึกษาตามปัจจัยเสริมนี้จึงได้มีการจำแนกออกเป็น 5 ข้อ ดังนี้

5.4.2.1 ปัจจัยเสริมที่เป็นข้อเสนอที่ได้จากการศึกษาจากงานวิจัยนี้ ในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการทำงานโดยตามแบบจำลองการแบ่งปันความรู้เสนอให้มีรองประธานฝ่ายการค้าขายแดน หรืออาจเป็นการกำหนดตัวกรรมการให้รับผิดชอบเรื่องการค้าขายแดน และเป็นผู้ประกอบการค้าขายแดนด้วย และปัจจัยเสริมอีกสองปัจจัยที่เชื่อมโยงกับการทำงานขององค์กรก็คือ การทำงานในลักษณะที่เป็นความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ และองค์กรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดกิจกรรมของการแบ่งปันความรู้ที่ควรจะเป็นนั้น ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดการแบ่งปันความรู้ระหว่างผู้ที่ปฏิบัติงานจริง คือผู้ประกอบการซึ่งมีประสบการณ์ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายแดน ความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติต่าง ๆ เป็นความรู้ฝังลึก กับผู้ที่ถูกกำหนดให้รับผิดชอบงานด้านการค้าขายแดน ซึ่งจะเป็นผู้รวบรวมสารสนเทศ หรือเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง ปัจจัยเสริมทั้งสามปัจจัยดังกล่าวจะเกิดสภาพของการแบ่งปันความรู้ที่ข้ามหน่วยงานจะส่งเสริมให้มีการสร้างความรู้ เกิดเกลียวความรู้ (Nonaka & Takeuchi, 1995) ซึ่งการสร้างความรู้ในบริบทของการจัดการความรู้ก็มีความหมายเดียวกัน (วิจารณ์ พานิช, 2552, หน้า 85) และจากการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายทั้งภายในองค์กร และระหว่างองค์กรที่เป็นพันธมิตรกัน ก็จะทำให้เกิดการสร้างความรู้ด้วย (Inkpen, 1996)

5.4.2.2 ปัจจัยเสริมของแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ที่เสนอให้หอการค้าจังหวัดได้ริเริ่มทำกิจกรรมร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่การค้าขายแดนต่าง ๆ มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดเป็นช่องทางในการสื่อสาร และสร้างความคุ้นเคยระหว่างหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการค้าขายแดนในพื้นที่ต่าง ๆ มีเป้าหมายเพื่อให้เกิดเป็นช่องทางในการสื่อสาร และสร้างความคุ้นเคยระหว่างหอการค้าจังหวัดกับผู้ประกอบการค้าขายแดนในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่บรรยากาศของการแบ่งปันความรู้ โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นเกิดในพื้นที่ และเป็นไปตามวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแมคเดอมอทและโอเดล (McDermott & O'Dell, 2001) ที่พบว่า ในการจัดการความรู้ผ่านการแบ่งปันความรู้นั้น วัฒนธรรมที่เป็นอยู่ขององค์กรจะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ขององค์กรและทำให้การจัดการความรู้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย องค์กรไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมเพื่อนำเครื่องมือการจัดการความรู้ไปใช้ แต่องค์กรต้องออกแบบเครื่องมือการจัดการความรู้เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กร นอกจากนี้ แมคเดอมอท

และโอเดล ยังสรุปได้ว่า ในการส่งเสริมให้คนในองค์กรแบ่งปันความรู้ คงไม่มีวิธีการที่เหมาะสมเพียงวิธีเดียว องค์กรที่ แมคเดอมอท และโอเดล ศึกษา มี 5 บริษัท คือ

1. American Management Systems
2. Ford Motor Company
3. Lotus Development Corporation
4. National Semiconductor Corporation
5. PricewaterhouseCoopers LLP

5.4.2.3 ปัจจัยเสริมของแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าภาคเหนือตอนบนอีกปัจจัยหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและมีการประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย และจัดว่าเป็นเครื่องมือที่ได้ผลของการแบ่งปันความรู้และการจัดการความรู้เช่นกัน คือ เครื่องมือชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) ชุมชนแนวปฏิบัติถูกนำมาเสนอเป็นปัจจัยเสริมในแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน ซึ่งเป็นผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการที่สามของการวิจัยนี้ ชุมชนแนวปฏิบัติ เป็นเครื่องมือที่หอการค้าจังหวัดใช้เพื่อเป็นช่องทางในการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดน ในลักษณะรวมกลุ่มกัน มีการพบและพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน ในกรณีของหอการค้าจังหวัดและผู้ประกอบการ จะใช้แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติอาจจะกระจายอยู่ในพื้นที่การค้าขายแดนแต่ละพื้นที่ ผู้ที่จะทำหน้าที่เริ่มต้น ควรจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหอการค้าจังหวัด โดยอาจเป็นกรรมการฝ่ายการค้าขายแดน และเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ และควรเป็นผู้มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้เป็นกลุ่ม หรือการแบ่งปันความรู้ ถ้ามีคุณสมบัติดังกล่าวก็จะส่งผลให้การดำเนินงานในลักษณะชุมชนแนวปฏิบัติ ซึ่งงานวิจัยของเบลลาบาย และออเรนจ์ (Bellaby & Orange, 2006) ก็ยืนยันจากผลการศึกษาการแบ่งปันความรู้ผ่านเครื่องมือชุมชนแนวปฏิบัติขององค์กรอาสาสมัครในอังกฤษว่าที่ได้ผลสำเร็จนั้น เกิดจากคนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้ ซึ่งการเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้เป็นกิจกรรมที่เป็นพลวัตและต่อเนื่องตลอดเวลา

แนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติถูกนำมาใช้ในประเทศไทยในหลายแห่งนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา โรงพยาบาลศิริราชได้ใช้เครื่องมือชุมชนแนวปฏิบัติกับการจัดการความรู้ฝ่ายการพยาบาลในระยะเริ่มต้น มีชุมชนแนวปฏิบัติเกิดขึ้นรวม 13 กลุ่ม และในปี พ.ศ. 2553 มีชุมชนแนวปฏิบัติเพิ่มขึ้นมากกว่า 20 กลุ่ม ต่อมาได้รับความสนใจในวงกว้าง จนกระทั่งในองค์กร The American Productivity and Quality Center (APQC) ซึ่งเป็นองค์กรที่ใหญ่ที่สุดในโลก ที่ดำเนินการเรื่องเบนช์มาร์ค (benchmarking) และเป็นองค์กรสนับสนุนรางวัลมัลคอล์ม บาลดริจ (Malcolm Baldrige National Quality Award) ร่วมกับบริษัทอีกห้าบริษัท APQC ได้ระบุว่า ชุมชนแนวปฏิบัติ

(CoP) จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการจัดการความรู้ นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2001 เป็นต้นไป นอกจากนี้ยังได้ระบุอีกว่า การจัดการความรู้ที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT - base & knowledge management) เป็นการเดินทางที่ผิด เทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์ (software) เป็นเพียงเครื่องมือ APQC ให้ความสนใจกับการจัดการความรู้ผ่านการเป็นองค์กรเรียนรู้ และวัฒนธรรมของการแบ่งปันความรู้ (knowledge sharing culture) (Asian Productivity Organization, 2002)

5.4.2.4 ปัจจัยเสริมคน อุปกรณ์ สถานที่สำนักงานของหอการค้าจังหวัดเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะเอื้อและอำนวยความสะดวกการแบ่งปันความรู้ในลักษณะที่เป็นการประชุมทางการประจำเดือนให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดบันทึกรายงานการประชุม จัดเก็บเป็นระบบ เพื่อการสืบค้น เนื่องจากในบางสำนักงานหอการค้าจังหวัดที่เป็นกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้ต้องการปัจจัยเสริมนี้ เช่น หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน

5.4.2.5 ปัจจัยเสริมปัจจัยสุดท้าย เพื่อการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนปัจจัยนี้คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐาน เช่น เรื่องของอินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก หรือ ทวิตเตอร์ อย่างไรก็ตาม ในการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนของหอการค้าภาคเหนือตอนบน ปัจจัยนี้อาจจะไม่ใช่ปัจจัยแรก ๆ ที่จำเป็น ทั้งนี้เพราะการแบ่งปันความรู้ แต่เมื่อมีชุมชนแนวปฏิบัติ นั้น ยังคงใช้การสื่อสารในลักษณะที่เรียกว่ามีการพบกันแบบ เฟส-ทู-เฟส (face-to-face) จะได้ผลมากกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพร้อมของสมาชิกในกลุ่ม หรือผู้ประกอบการค้าขายแดน แต่เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารอาจจะช่วยลดช่องว่างในเรื่องการสื่อสาร ติดต่อกับระหว่างหอการค้าจังหวัดและผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่การค้าขายแดน ในการติดตามความรู้ที่มีการบันทึกไว้ อย่างไรก็ตามการแบ่งปันความรู้การค้าขายแดนในกรณีของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน เป็นเรื่องของคนกับคน และคนกับกลุ่มคน กลุ่มคนกับกลุ่มคนเป็นสำคัญ คนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการแบ่งปันความรู้ และอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการแบ่งปันความรู้ ล้วนเกี่ยวข้องกับคนทั้งสิ้น (Barson et al., 2000)

5.5 ข้อค้นพบในงานวิจัย

การศึกษครั้งนี้เรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยมีข้อค้นพบแยกเป็นสองส่วนคือ ส่วนที่ หนึ่ง คือ ข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์สามประการดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน
3. เสนอแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

จากการศึกษาสามารถสรุปว่า ได้มีข้อค้นพบซึ่งยังไม่ปรากฏว่ามีการศึกษา คือ

ประการแรก แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ขององค์กรที่มีลักษณะแบบหอการค้าจังหวัด

ประการที่สอง คือ ค้นพบปัจจัยที่ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน

และประการที่สาม ได้แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้เป็นกลไกหนึ่งของการบริหารจัดการพื้นที่การค้าชายแดนของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบน โดยการให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการค้าชายแดน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาศักยภาพการทำงานของหอการค้าจังหวัดในท้ายที่สุด

ส่วนที่สองพบปัจจัยที่มีผลต่อการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ในกรณีของหอการค้าสามจังหวัดภาคเหนือตอนบน คือ หอการค้าจังหวัดเชียงราย หอการค้าจังหวัดพะเยา และหอการค้าจังหวัดน่าน ซึ่งไม่ปรากฏในรายงานวิจัยที่เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นมาก่อนช่วงนี้

1. ระบบอุปถัมภ์
2. ความเป็นเครือญาติ
3. ความเป็นชาติพันธุ์เดียวกัน

5.5.1 คุณค่าของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีคุณค่าในสองด้าน คือ

5.5.1.1 คุณค่าด้านแนวคิด และทฤษฎี งานวิจัยนี้ได้นำเสนอแนวคิดแบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนขององค์กรที่เข้าลักษณะเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งต่างจากองค์กรทั่วไปตามปกติที่มีคนศึกษาไว้

5.5.1.2 ผลงานศึกษานี้จะมีประโยชน์ต่อหอการค้าจังหวัดโดยไม่จำกัดเฉพาะหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนเท่านั้น เมื่อนำผลการศึกษางานวิจัย ซึ่งเป็นคำตอบวัตถุประสงค์ประการที่สาม คือ แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าภาคเหนือตอนบนไปประยุกต์ใช้ จะมีผลทำให้หอการค้าจังหวัดได้มีการทบทวน และปรับการทำงานของหอการค้าจังหวัดในประเด็นหลัก ๆ ดังนี้

1. การทำงานภายในของหอการค้าจังหวัดในเรื่องจำนวนพนักงาน สถานที่ อุปกรณ์ และวิธีการทำงาน เพื่อเอื้อต่อการแบ่งปันความรู้ที่เป็นลักษณะทางการ เช่น เรื่องการให้ความสำคัญกับการบันทึกรายงานการประชุม การประมวลผลสารสนเทศ ให้เป็นระบบขึ้นเพื่อประโยชน์ในการสืบค้นต่อไป

2. ทบทวนและดำเนินการให้มีการทำงานร่วมกับภาคีที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะของการแบ่งปันความรู้โดยไม่เจาะจงว่าเป็นประเด็นการค้าชายแดนความรู้การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวเท่านั้น

3. การทำงานร่วมกับผู้ประกอบการค้าชายแดนในลักษณะของการทำกิจกรรม เพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและเพื่อการเปิดใจในการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดน ความรู้จากผู้ประกอบการนั้นเป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ วิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นความรู้ฝังลึก (tacit knowledge) นำไปบูรณาการ (combine) กับความรู้ที่หอการค้าจังหวัดมี เป็นความรู้การค้าชายแดนที่บันทึก หรือเป็นความรู้ชัดแจ้ง (explicit knowledge) ความรู้เหล่านี้ส่วนใหญ่ได้จากการทำงานกับหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก เมื่อมีการบูรณาการความรู้ทั้งสองชนิด และทำอย่างสม่ำเสมอ ก็จะเป็นการต่อยอดของความรู้ เกิดเป็นประโยชน์ไปใช้งานได้ และเป็นวงจรเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ ก็จะเป็นการแสดงให้เห็นถึง หอการค้าจังหวัดมีการจัดการความรู้ การค้าชายแดน และผลสุดท้ายที่ได้จากการจัดการความรู้การค้าชายแดนในลักษณะดังกล่าว ผลที่ตามมาก็คือ บรรยากาศของการแบ่งปันที่มีมิตรภาพ และความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างหอการค้าจังหวัดและผู้ประกอบการ และท้ายที่สุด หอการค้าจังหวัดเองก็จะบริหารจัดการ หรือผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนโดยมีฐานมาจากความรู้การค้าชายแดนที่เป็นปัจจุบัน สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริงด้วย อันเป็นการตอบคำถามงานวิจัยที่ว่าทำอะไรที่จะทำให้หอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพในการ

บริหารงานในเขตพื้นที่ชายแดนด้วยการแบ่งปันความรู้

5.6 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอเพื่อการวิจัย

ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอเมื่อการวิจัยของคณาจารย์เรื่องการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าภาคเหนือตอนบน แบ่งได้เป็น 3 ประการคือ

ประการแรก เป็นข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ในแง่มุมมองที่เพื่อความเข้าใจที่ลึกซึ้ง และเข้าใจถึงความสัมพันธ์ในเชิงการเป็นเครือข่ายทางสังคม (social network) และบริบทของพื้นที่ทางสังคมของแต่ละพื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาว ผู้วิจัยอาจต้องใช้เวลาคลุกคลีกับชุมชนการค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวในระยะเวลาที่ต่อเนื่อง และเป็นระยะเวลาพอสมควร

พื้นที่การค้าชายแดนไทยกับสปป.ลาวดังกล่าวคือ พื้นที่ด่านถาวรเชียงของ พื้นที่การค้าชายแดนจุดผ่อนปรนบ้านฮวก และพื้นที่การค้าชายแดนในจังหวัดน่าน ซึ่งมี 2 พื้นที่คือ พื้นที่จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชนแดน และพื้นที่ด่านถาวรห้วยโก๋น

ประการที่สอง เป็นสิ่งที่เสนอเพื่อการวิจัยต่อไป คือ สืบเนื่องจากพื้นที่การค้าชายแดนดังกล่าวมาแล้วในประการแรก ในแต่ละพื้นที่จะมีลักษณะเฉพาะของตนเองในบริบทของสังคม และวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ซึ่งน่าจะมีการศึกษาวิจัยต่อไป

ประการที่สาม สืบเนื่องจากผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ประการสามของงานวิจัยนี้ และผลการศึกษาได้แบบจำลองการแบ่งปันความรู้การค้าชายแดนไทยของหอการค้าจังหวัดภาคเหนือตอนบนนั้น แบบจำลองดังกล่าวยังไม่ได้ใช้ปฏิบัติจริง ดังนั้นจึงยังไม่มีผลสะท้อนกลับของการทำงานตามแบบจำลองดังกล่าว ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องที่ควรจะศึกษาต่อไป



รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- 301math. (2008). ความหมายของข้อมูล. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://301math.exteen.com/20080116/entry-1>
- คณะกรรมการเพื่อโครงการส่งเสริมเศรษฐกิจ (คสศ). (2551). **Mahanatee magazine**, 1,(2), 19.
- เคเอ็มอินบิซซิเนส (KMinBusiness). (2009). การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge sharing) คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2554, จาก <http://kminbusiness.wordpress.com/2009/12/26>
- ชาย โพธิ์สีดา. (2550). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ณพิศภัฏ จักรพิทักษ์. (2552). **ทฤษฎีการจัดการความรู้**. เชียงใหม่: วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี.
- ดอกกระเจียว. (2552). **ความสำคัญของสารสนเทศ**. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2555, จาก http://report-easy.blogspot.com/2009/07/blog-post_6687.html
- ทวีศักดิ์ นโพธิ์. (2550). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 2: คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์ เพื่อพัฒนาคน องค์การ ชุมชน สังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 3). นครราชสีมา: โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง.
- ทวีศักดิ์ นโพธิ์. (2551). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เล่ม 1: คู่มือปฏิบัติการวิจัยประยุกต์ เพื่อพัฒนาคน องค์การ ชุมชน สังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครราชสีมา: โชคเจริญมาร์เก็ตติ้ง.
- นงลักษณ์ อักษรณรงค์, อัจฉราภรณ์ วรรณย์ และสายฝน ปลื้มกมล. (ม.ป.ป.). **ความสำคัญของข้อมูล**. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.howtopresent.combrpoly.net/unit3.html>
- นิสา ชูโต. (2548). **การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)**. กรุงเทพฯ: พรินโป.
- บดินทร์ วิจารณ์. (2547). **การจัดการความรู้สู่...ปัญญาปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

ประพนธ์ ผาสุขยืด. (2550ก). การจัดการความรู้จากหลักคิดสู่การปฏิบัติจริง (พิมพ์ครั้งที่ 10).
กรุงเทพฯ: ไชยไหม.

ประพนธ์ ผาสุขยืด. (2550ข). การจัดการความรู้ KM ฉบับขับเคลื่อน LO (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ: ไชยไหม.

ประเวศ วะสี. (2548). การจัดการความรู้กระบวนการปลดปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพเสรีภาพและมีความสุข. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ. (2004). ชุมชนแนวปฏิบัติ การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ภราดร จินดาวงศ์. (2549). การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีดับบลิวซี พริ้นติ้ง.

ภาสกร. (2551). ภูมิปัญญาคืออะไรครับ. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2555, จาก
<http://www.siamrecorder.com/webboard2/question.asp?GID=34>

มงคลชัย วิริยะพินิจ. (2554). รวมแนวคิดหลากหลายมุมมอง องค์กรแห่งการเรียนรู้และการจัดการ
ความรู้. กรุงเทพฯ: ส่องสยาม.

ยุวณูช ทินนะลักษณ์. (2549). ปริศนาแห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

ลือชัย จุลาสัย, ชัยยศ สันติวงษ์, กนก ฤกษ์เกษม, สิทธิณัฐ ประพุทธรณิศาร, อัยยงค์ โปราณานนท์
และวิลาวัลย์ ดันรัตนกุล. (2543). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจภาคเหนือตอนบน
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เวนเกอร์, เอเดียน., แมคเคอร์มีอท, ริชาร์ด. และชไนเดอร์, วิเลียม. เอ็ม. (2004). ชุมชนแนวปฏิบัติ
การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่ (แปลจาก Cultivating Communities of Practice โดย
พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

วิจารณ์ พานิช. (2548จัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.

วิจารณ์ พานิช. (2552). Chaordic เคอร์ดิค: อลหม่าน สู่...ระเบียบ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.). (2549ก). นานาเรื่องราวการจัดการความรู้

2549. กรุงเทพฯ: สถาบันฯ.

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.). (2549ข). สิ่งดี ๆ ที่หลากหลายสไตล์ KM

(Best Practice – KM Style). กรุงเทพฯ: สถาบันฯ.

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.). (2550). ตามรอยความสำเร็จ KM ประเทศ

ไทย: รายงานประจำปีสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม 2550. กรุงเทพฯ:

สถาบันฯ.

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ. (2540). วัฒนธรรมองค์การ แนวคิด งานวิจัยและประสบการณ์.

กรุงเทพฯ: โพรเพช.

สมเดช โรจน์คุรีเสถียร (2547). รวมแนวปฏิบัติภาคีอากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเฉพาะด้าน.

กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการบริหารธรรมนิติ.

สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณา วิริยะประยูร. (2550). พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน.

สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.mea.or.th/internet/hdd/hdd1.pdf>

อารีย์ เพ็ชรรัตน์. (2541). การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ลักษณะวัฒนธรรมองค์การ และความรู้สึกลึก

ผูกพันต่อองค์การ ในองค์การธุรกิจประกันภัยไทย อเมริกา และญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

เอนก เหล่าธรรมทัศน์. (2539). มองเศรษฐกิจการเมืองไทยผ่านการเคลื่อนไหวของสมาคมธุรกิจ.

กรุงเทพฯ: คบไฟ.

ไอที เดสติเนชัน. (ม.ป.ป.). ความหมายของสารสนเทศ: ความรู้เกี่ยวกับ Information technology.

สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.itdestination.com/>

resources/tech/showtech.php?00001

- Alavi, M. & Leidner, D. E. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. **MIS Quarterly**, **25**, 107-136.
- Alexopoulos, A. (2008). **Social relations, human resource management, and knowledge transfer in work organisations: Toward and integrated approach**. Doctoral dissertation. Dublin City University, Scotland.
- Ardichvili, A., Page, V. & Wentling, T. (2003). **Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice**. Retrieved January 25, 2012, from <http://elearning.ice.ntnu.edu.tw/km/Data/Teacher/6/data/%E5%85%B6%E4%BB%96%E6%AA%94%E6%A1%88/1.pdf>
- Argote, L. (1999). **Organizational learning creating, retaining and transferring knowledge**. MA: Kluwer Academic.
- Asian Productivity Organization. (2002). **Top management forum: Knowledge management for corporate innovation**. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- Awad, E. M. & Ghaziri, H. (2004). **Knowledge management**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Barson, R. J., Foster, G., Struck, T., Ratchev, S., Pawar, K., Weber, F. & Wunram, M. (2000). **Inter- and intra-organizational barriers to sharing knowledge in the extended supply-chain**. Retrieved January 21, 2012, from <http://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CEUQFjAA&url=http%3A%2F%2Fciteseerx.ist.psu.edu%2Fviewdoc%2Fdownload%3Fdoi%3D10.1.1.90.7301%26rep%3Drep1%26type%3Dpdf&ei=Ku21T5G4LrMrQe13Z3bBw&usg=AFQjCNFuouj-WUn0fKopxPehxrr5MhZnAw&sig2=vWtdOHSaDwNvuQH-fl8mUg>
- Bartol, K. M. & Srivastava, A. (2002). **Encouraging knowledge sharing: The role of organizational reward systems**. Retrieved January 24, 2012, from <http://www.hkbu.edu.hk/~vwschow/lectures/ism3620/3620g6.pdf>

- Bellarby, L. & Orange, G. (2006). **Knowledge sharing through communities of practice in the voluntary Sector**. Retrieved January 15, 2012, from http://www.google.co.th/books?hl=en&lr=&id=AkCt1vFWHusC&oi=fnd&pg=PA301&dq=Knowledge+Sharing+through+Communities+of+Practice+in+the+Voluntary+Sector&ots=IYX5pGyRrA&sig=Krhzjp2m1YyxevwW03NAg_ogZ64&redir_esc=y#v=onepage&q=Knowledge%20Sharing%20through%20Communities%20of%20Practice%20in%20the%20Voluntary%20Sector&f=false
- Bloom, B. S. (1956). **Taxonomy of educational objectives**. MA: Pearson Education.
- Bock, G. B. & Kim, Y. G. (2002). **Breaking the myths of rewards: An exploratory study of attitudes about knowledge sharing**. Retrieved January 23, 2012, from <http://www.hkbu.edu.hk/~vwschow/lectures/ism3620/rp02.pdf>
- Ciborra, C. U. & Patriota, G. (1998). Groupware and teamwork in R&D: Limits to learning and innovation. **R&D Management**, 28, 1-10.
- Cortada, J. W. & Woods, J. A. (2000). **The knowledge management yearbook**. MA: Butterworth Heinemann.
- Davenport, T. H. (1997). **Some principles of knowledge management**. Retrieved January 23, 2012, from <http://www.strategy-business.com/article/8776?gko=f91a7>
- Desouza, K. (2003). Barriers to effective use of knowledge management systems in software engineering. **Communications of the ACM**, 46, 99-101.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of firm. **Strategic Management Journal**, 10, 109-122.
- Hofstede, G. (1997). **Cultures and organizations: Software of the mind**. New York: McGraw-Hill.

- Holthouse, D. (1998). Knowledge management research issues. **California Management Review**, 40, 277-280.
- Hsiao, R. L. (2006). **To share or not to share: Hidden agendas in knowledge sharing**. Retrieved January 27, 2012, from <http://www.pacis-net.org/file/2006/1150.pdf>
- Huang, C. C. (2009). **Knowledge sharing and group cohesiveness on performance: A empirical study of technology R&D teams in Taiwan**. Retrieved January 18, 2012, from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497209000480>
- Inkpen, A. C. (1996). **Creating knowledge through collaboration**. Retrieved January 21, 2012, from http://research.ecstu.com/km/efile/kbv/creating_collaborate.pdf
- Ipe, M. (2003). Knowledge sharing in organizations: A conceptual framework. **Human Resource Development Review**, 2, 337-359
- King, R. W. (2008). **Knowledge management: Concepts, methodologies, tools, and applications Vol I: Knowledge sharing**. PA: University of Pittsburgh
- Kohn, A. (1993). **Why incentive plans cannot work**. Retrieved January 23, 2012, from <http://hbr.org/1993/09/why-incentive-plans-cannot-work/ar/1>
- Leistner, F. (2010). **Mastering organizational knowledge flow**. NJ: John Wiley & Sons.
- Liu, K. B. & Edwards, V. (2006). **Knowledge sharing in financial credit reporting: An exploratory case study in an Australian context**. Retrieved January 18, 2012, from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=pacis2006>
- McDermott, R. & O'Dell, C. (2001). **Overcoming cultural barriers to sharing knowledge**. Retrieved January 21, 2012, from <http://mapule276883.pbworks.com/f/Overcoming%20cultural%20barriers.pdf>
- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. **Organization Science**, 5, 14-37.

- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). **The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation.** New York: Oxford University Press.
- Schein, E. H. (1992). **Organizational culture and leadership** (2nd ed.). San Fransisco: Jossey-Bass.
- Schein, H. E. (2010). **Organizational culture and leadership** (4th ed.). San Fransisco: Jossey-Bass.
- Snowden, D. (2000). Organic knowledge management. **Knowledge Management**, 3, 14-17.
- Szulanski, G. (1996). Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. **Strategic Management Journal**, 17, 27-44.
- Tsai, W. (2002). **Social structure of “coopetition” within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing.** Retrieved January 24, 2012, from <http://www.personal.psu.edu/faculty/w/p/wpt1/Social%20Structure%20of%20Coopetition%20Within%20a%20Multiunit%20Organization%20Coordination,%20Competition,%20and%20Intraorganizational%20Knowledge%20Sharing.pdf>
- Wen, B. L. (2008). The effect of knowledge sharing model. **Expert Systems With Applications**. 34(2), 1508-1521.



ประวัติผู้เขียน

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวทรงธรรมค์ อุดมศิลป์
วัน เดือน ปีเกิด	26 พฤศจิกายน 2494
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	288 หมู่ที่ 6 ตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
ประวัติการศึกษา	
2527	Master of Science in Information Science (MSIS) University of Pittsburgh
2518	ปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประวัติการทำงาน	
2546-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสำนักวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2546-2550	ผู้อำนวยการศูนย์บรรณสารและสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2544-2546	อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
2537-2544	ผู้อำนวยการศูนย์บรรณสารสนเทศ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
2534-2536	รองผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการสื่อสารและการจัดการ (ภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

technology, telecommunication and problem based learning

proceeding.ChiangRai:Mae FahLuang University.

SongsanUdomsilp.(2011). Learningmanagement system implementation strategy and student'sEnglishcommunication enhancement: A case study of Mae FahLuang University.In **Conference Proceeding International e-Learning Conference 2011 (IEC 2011)Empowering Human Capital through Online Learning Technology.** Bangkok: Thailand Cyber University.

SongsanUdomsilp .(2011). The comparative study of LMS and social mediasplatform to enhance the problem based learning: A case study of Mae FahLuang University in Thailand. In **Conference ProceedingAnnual International Conference on Web Technology & Internet Applications (WEBTECH 2011) Global Science and Technology Forum (GSTF).** Penang, Malaysia.

