

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาซึ่งได้แก่ การสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำงาน การเรียนรู้ และเงื่อนไขปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้ โดยเฉพาะสื่อชุมชนในฐานะเป็นเครื่องมือในการจัดการ ผู้วิจัยได้คัดเลือกทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ

- 1) แนวคิดเรื่องการศึกษาชุมชน
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับสื่อชุมชน
- 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การศึกษาชุมชน

ในการศึกษาชุมชนนั้น การเรียนรู้ชุมชนเพื่อให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของชุมชนที่มีความเป็นพลวัต ย่อมเป็นประโยชน์และจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะการขาดการศึกษาชุมชนเท่ากับเป็นการขาดเครื่องมือในการชี้้นำให้เห็นถึงองค์ประกอบและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

ชยันต์ วรรณะภูติ (2536) กล่าวถึงกรอบคิดในการศึกษาชุมชนและการเปลี่ยนแปลงว่า ต้องมีความเข้าใจในด้านต่างๆ คือ ความคิดพื้นฐานในการศึกษาชุมชน การมีกรอบในการศึกษาเพื่อความรู้เท่าทันสภาพชุมชนที่มีการเปลี่ยนแปลงมีความเข้าใจในฐานะและความหมายของชุมชนมีข้อพิจารณาในการศึกษาชุมชน และการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งกรอบแนวคิดเหล่านี้เป็นหลักการพื้นฐาน เป็นเครื่องมือและข้อสังเกตทางทฤษฎี ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เป็นเครื่องมือส่วนหนึ่งในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม โดยนักสังคมศาสตร์ที่ศึกษาการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดทางทฤษฎีซึ่งมักจะแบ่งออกเป็น 2 แนว คือ กรอบคิดทางทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ และกรอบแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมือง นอกจากนี้ยังต้องอาศัยปัจจัยและเงื่อนไขอื่นๆ อีกในการศึกษาชุมชน คือ มีความคิดพื้นฐานว่าปรากฏการณ์ทางสังคมมีความสลับซับซ้อน หลากหลาย และ

ปรากฏการณ์สังคมที่หลากหลายนี้เอง เป็นปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีลักษณะเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (อ้างใน ชัยนันทน์ วรรณภูติ, 2536)

การศึกษาชุมชนและการมองปรากฏการณ์ทางสังคมก็คือ การมอบข้อมูลชุดหนึ่ง ที่เกิดขึ้นภายใต้กรอบเวลาและสถานที่ที่บุคคลผู้นั้นสนใจ โดยอาศัยแนวความคิด ทฤษฎี เป็นเครื่องมือนำทางในการมองหาข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหมายและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมนั้นได้ ดังนั้น การศึกษาชุมชนหรือปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เพื่อต้องการที่จะอธิบายกระบวนการ เงื่อนไข กลไกในการเปลี่ยนแปลงนั้น ซึ่งนักวิชาการได้พยายามพัฒนาวิธีการศึกษาขึ้นมาศึกษาเพิ่มเติม

นอกเหนือจากแนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแล้ว นักมานุษยวิทยาได้กำหนดหลักการเบื้องต้นในการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมไว้ 4 ประการ ดังที่ ชัยนันทน์ วรรณภูติ (อ้างแล้ว ชัยนันทน์ วรรณภูติ, 2536) ได้สรุปว่า

ประการที่หนึ่ง ถือว่า ปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมมี 2 ระดับ คือ ระดับปรากฏการณ์ที่อยู่ในระดับผิวหน้า ซึ่งเป็นสิ่งสังเกตเห็น พรรณนา หรือจำแนกปรากฏการณ์เหล่านี้ให้เห็นเป็นหมวดหมู่อย่างมีความหมายได้ โดยหลักการแล้วการพรรณนาปรากฏการณ์อย่างละเอียดจะช่วยให้เข้าใจสภาพการดำรงอยู่และกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตลอดจนความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ต่างๆ ยิ่งอธิบายมากเท่าใดยิ่งเข้าใจปรากฏการณ์มากขึ้นเท่านั้น

ระดับที่สอง ปรากฏการณ์ที่อยู่เบื้องหลังของปรากฏการณ์ผิวหน้า คือ ความพยายามที่จะศึกษาปรากฏการณ์ค้นหาสาเหตุที่อยู่เบื้องหลัง หรือที่ลึกลงไป เป็นการมองหาสาเหตุไม่ว่าจะเป็นทางด้านชีวภาพหรือทางสังคมวัฒนธรรม เพื่อเข้าใจปรากฏการณ์เบื้องหลังเพื่อหาความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ในเชิงเหตุผล หรือที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวพันทางประวัติศาสตร์เบื้องหลังที่มา เป็นต้น ซึ่งเป็นการศึกษาหาความจริงทางสังคมในทุกด้าน

ประการที่สอง นักวิชาการมองปรากฏการณ์ทางสังคมว่า เป็นปรากฏการณ์ที่มีความสลับซับซ้อน มีมิติ ด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยการมองปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างสัมพันธ์กับปรากฏการณ์อื่น หรือเป็นการมองอย่างองค์รวม รอบด้านสัมพันธ์กันทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมือง เป็นการมองเพื่อทราบและเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์นั้นกับปรากฏการณ์อื่นๆ ว่ามีอยู่อย่างไร

ประการที่สาม โดยเหตุที่ความหมายของปรากฏการณ์ในสังคมหนึ่งถูกกำหนดขึ้นและเข้าใจความหมายร่วมกันในกลุ่มคน ซึ่งอยู่ในสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมเดียวกัน ดังนั้น นักมานุษยวิทยาจึงต้องตั้งคำถามว่า ความจริงที่เห็นเป็นความจริงของใคร ความเป็นจริงในสายตาของคนในสังคมที่ถูกศึกษาย่อมจะแตกต่างไปจากความเป็นจริงในสายตาของผู้ศึกษา ดังนั้น การยอมรับความเป็นจริงทางสังคมถูกสร้างและกำหนดโดยคนในสังคม การแสวงหาความเป็นจริงและความหมายของสังคมถูกสร้างและกำหนดโดยคนในสังคม การแสวงหาความเป็นจริงและความหมายของสังคมย่อมจะต้องอาศัยกฎเกณฑ์ หรือรหัสของคนในสังคมนั้น จึงเป็นเครื่องตัดสินรวมถึงช่วยอธิบาย ทั้งนี้เพราะผู้ศึกษาชุมชนหรือนักวิจัยย่อมมีฐานะทางชนชั้นที่แตกต่างออกไปและเป็นคนนอกที่มาจากสังคมอื่นที่มีบรรทัดฐานแตกต่างกัน ซึ่งถ้าหากไม่ระวังแล้ว ผู้ศึกษามักจะใช้เกณฑ์ของตนเป็นเครื่องตัดสินหรืออธิบายปรากฏการณ์นั้น ทำให้การศึกษาแบบนี้ไม่สามารถสะท้อนความเป็นจริงของสังคมนั้นได้ จึงต้องมีการศึกษาชุมชนในลักษณะของการมีส่วนร่วมมากขึ้น

ประการที่สี่ การศึกษาการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรม ย่อมต้องอาศัยการเปรียบเทียบ เพื่อให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมหนึ่งๆ แตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร มิติของการเปรียบเทียบย่อมช่วยให้ผู้ศึกษาสามารถหาข้อสรุปเชิงสากลเกี่ยวกับปรากฏการณ์นั้นได้ โดยการเปรียบเทียบสังคมมากกว่าหนึ่งแห่ง การเปรียบเทียบข้อเหมือนหรือข้อแตกต่างและการศึกษาโดยการให้รายละเอียดเกี่ยวกับบริบท หรือเงื่อนไขของสังคมนั้น จะช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์นั้นอย่างชัดเจนมากขึ้น

นอกจากนี้ ชัยนต์ วรรณะภูติ (2536, น.37) ยังเสนอกรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจชุมชนในมิติต่างๆ เช่น

1. ความสัมพันธ์ของสังคมชุมชนที่เชื่อมโยงกับระบบการเมืองการปกครอง
2. ลักษณะของระบบเศรษฐกิจของสังคมหมู่บ้านที่กำลังถูกผนวกเข้ากับระบบตลาด และระบบทุนนิยม
3. ลักษณะโครงสร้างทางสังคม โครงสร้างอำนาจ องค์กรชาวบ้านที่เป็นลักษณะเฉพาะของสังคมหมู่บ้าน
4. ลักษณะของวัฒนธรรม ความคิด และจิตสำนึกของสมาชิกชุมชน

จากหลักการดังกล่าว การศึกษาชุมชนจะต้องมีความละเอียดรอบคอบ มิใช่เพียงแค่การไปเก็บข้อมูลในชุมชน เพื่อจะพรรณนาว่าชุมชนมีประชากรจำนวนเท่าใด ประกอบ

อาชีพอะไร มีประเพณีวัฒนธรรมอย่างไร มีปัญหาอะไรในการดำเนินชีวิต มีระดับการพัฒนาอย่างไร ซึ่งเป็นเหมือนการบรรยายให้เห็นองค์ประกอบด้านต่างๆ ในลักษณะเป็นภาพนิ่งเท่านั้น

นอกจากนี้ได้มีการเสนอทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาชุมชน อาทิ Dennis E. Poplin (1979) ได้อธิบายเรื่องของความสัมพันธ์มนุษย์ องค์การทางสังคม ระบบนิเวศ การศึกษา และการวิเคราะห์ชุมชนในลักษณะต่างๆ ซึ่งทฤษฎีเหล่านี้มุ่งอธิบายถึงธรรมชาติของมนุษย์ การย้ายถิ่นฐาน ความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในชุมชน โดยเปรียบเทียบระหว่างชุมชนชนบทและชุมชนเมือง เป็นต้น

ธนพรธณ ธาณี (2540) ได้อธิบายความสำคัญของทฤษฎีเกี่ยวกับชุมชนว่า เป็นการอธิบายเกี่ยวกับการกำเนิดชุมชน การจัดระเบียบชุมชน การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมภายในชุมชน เพราะแต่ละชุมชนมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ทำให้นักสังคมวิทยาสามารถอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ภายในชุมชนได้ นอกจากนี้จะมีประโยชน์ต่อนักพัฒนา หรือผู้ที่ทำงานในชุมชนได้เป็นแนวทางในการพัฒนา เพราะแต่ละทฤษฎีจะกล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขึ้นในสังคม ทำให้สามารถวางแผนการพัฒนาได้ล่วงหน้า รวมทั้งหาแนวทางเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาค้นพบได้ทันที่ จะเห็นได้ว่าทฤษฎีชุมชนมีประโยชน์เพื่อเป็นหลักการในการนำศึกษาชุมชน การวิเคราะห์ชุมชนได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มคนในชุมชนของตนซึ่งจะเป็นประโยชน์ในงานพัฒนาต่อไป

กาญจนา แก้วเทพ (2538) ได้เสนอหลักการวิเคราะห์และศึกษาชุมชนที่มีแนวทางเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์ คือ

1. ต้องมีมิติทางด้านประวัติศาสตร์ กล่าวคือ มองดูตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ว่ามีอะไรเปลี่ยนแปลง คล้ายคลึงมาได้อย่างไร อะไรเป็นปัจจัยกำหนดการเปลี่ยนแปลง
2. การวิเคราะห์ในเชิงโครงสร้าง คือ การวิเคราะห์ที่อยู่บนพื้นฐานความเข้าใจที่ว่า เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมิได้เป็นการเกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่หากเกิดขึ้นอย่างมีระบบระเบียบ มีโครงสร้างที่แน่นอน มีองค์ประกอบย่อยของเหตุการณ์นั้นๆ มีกลไกและเงื่อนไขที่สืบทอดเหตุการณ์
3. วิเคราะห์ สำนวนปัญหา ความสามารถ และศักยภาพทั้งหมดในการแก้ไขปัญหา
4. เครือข่ายกลไก เงื่อนไขที่เสริมสร้างสืบทอดหรือทำลายเหตุการณ์นั้น

นอกจากนี้ แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาและการพัฒนาชุมชนในอดีต มีความเชื่อเบื้องต้นว่า จำเป็นต้องพัฒนาจากภายนอกจะต้องนำทรัพยากรทุกชนิด นับตั้งแต่เงินทุน วิธีการทำงาน ความรู้ วิธีการจัดองค์กร หรือแม้แต่คุณค่าหรือจิตสำนึกในการพัฒนาเข้าสู่ชุมชน แต่ในความเป็นจริง ประชาชนในชุมชนนั้นมิได้ว่างเปล่าอย่างที่เรานักพัฒนาคิด (กาญจนา แก้วเทพ, 2538 อ้างแล้ว) ในกลุ่มประชาชนหรือชุมชนมีทรัพยากรส่วนหนึ่งที่ดำรงอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นศักยภาพ พลังสร้างสรรค์ ภูมิธรรม ภูมิปัญญา วิธีการจัดองค์กร บุคลากร หรือแม้แต่แนวคิดในการพัฒนาตนเอง และชุมชนให้ดีขึ้น การขาดเพียงทุนทรัพย์นั้นมิได้หมายความว่า ชุมชนจะขาดเสียทุกอย่าง การจุนเจือทุนนั้นมีได้หมายถึงการจุนปัญญา จินใจ หรืออัจริยะไปเสียทุกอย่าง ดังนั้น การศึกษาชุมชนจึงเป็นการศึกษาในส่วนที่ขาดหายไปร่วมกัน ไม่ละทิ้งของเก่า ไม่มัวเมาสิ่งใหม่ เพื่อพัฒนาสิ่งที่ดีร่วมกัน

ในการศึกษาชุมชนเมื่อนั้น เพื่อให้สามารถนำมาใช้ทำความเข้าใจกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนและสังคมให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อชุมชนมีความสัมพันธ์กับภายนอก กระบวนการพัฒนาก็ยิ่งมีมากขึ้นซึ่ง ชัยนันท วรรณะภูติ (2536) ให้แนวทางหรือข้อเสนอแนะในการศึกษาชุมชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาชุมชนได้ ดังนี้

1. ประวัติศาสตร์ชุมชนและรูปแบบการใช้ทรัพยากรคือ การศึกษาชุมชนตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ศึกษาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ทรัพยากรตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงการใช้ทรัพยากรในการผลิตในปัจจุบัน เป็นการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เกิดขึ้นกับหมู่บ้านเป็นช่วงๆ เพื่อจำแนกให้เห็นปัจจัยที่เข้ามามีผลกระทบในลักษณะการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ

2. ผู้นำและบทบาทของผู้นำในฐานะของ “คนกลาง” การศึกษาผู้นำของชุมชน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อความเข้าใจหมู่บ้าน เป็นการศึกษารูปร่างอำนาจในหมู่บ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างหมู่บ้านกับระบบภายนอก การตัดสินใจของหมู่บ้านในการเลือกผู้นำ และการได้มาซึ่งอำนาจเพื่อเข้าใจภาวะผู้นำในชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้นำมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวเชื่อมระหว่างหมู่บ้านกับรัฐ การกระจายผลประโยชน์ในชุมชน และทิศทางการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

3. การศึกษาชุมชน เป็นการศึกษาทั้งในด้านความสัมพันธ์และความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนเพื่อให้เข้าใจสภาพการณ์ต่างๆ ได้ดีขึ้น

4. การสร้างแบบจำลอง (Model) เพื่อเป็นเครื่องมือนำทางในการศึกษาและอธิบาย เช่น Potter (อ้างถึงใน อคิน รพีพัฒน์, 2536) ได้ศึกษาสังคมไทยว่า มีลักษณะสำคัญที่เป็นองค์ประกอบหรือกลไกในการรวมกลุ่มของสังคมชนบทไทย เช่น ลักษณะครอบครัวขยายที่อาศัยอยู่รวมกันในบริเวณบ้านเดียวกัน ระบบเครือญาติที่นับญาติทั้งสองฝ่าย การให้ความสำคัญต่อ

กลุ่มบ้านที่เป็นเพื่อนบ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใหญ่กับผู้เฒ่า การจัดแบ่งชนชั้นและสถานภาพ ผู้นำและบริวาร กลุ่มการเมือง หมู่บ้านในฐานะเป็นองค์กรบริหารและปกครอง สังคมหมู่บ้าน และวัดของหมู่บ้าน เป็นต้น ซึ่งข้อสังเกตดังกล่าวเป็นเครื่องมือหรือแนวทางในการศึกษาชุมชนชนบทไทย

การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน จะช่วยให้เห็นหลักฐานการพื้นฐาน และแนวคิดเกี่ยวกับสังคมชนบท แต่สิ่งที่มีมักจะขาดหายไปในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงชุมชนคือ การพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางสังคม กระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมที่ทำหน้าที่เป็นกลไกรองรับหรือปะทะกับการเปลี่ยนแปลงที่มาจากภายนอก การอธิบายการทำงานของโครงสร้างในกระบวนการเปลี่ยนแปลง หรือปฏิกิริยาจากองค์ประกอบต่างๆ ของสังคมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมทั้งการขัดแย้งต่อการเปลี่ยนแปลงที่แสดงออกมา

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนเมือง

ในทางสังคมวิทยาได้แบ่งชุมชนออกเป็น 2 แบบ คือ ชุมชนชนบท (Rural) และ ชุมชนเมือง (Urban) และราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของคำว่า

“ชุมชน” หมายถึง หมู่ชน, กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน

“เมือง” หมายถึง เขตซึ่งเป็นที่ชุมนุมและเป็นที่ตั้งศาลากลางจังหวัด ซึ่งในครั้งก่อน ถ้าเป็นเมืองใหญ่ หมายถึงเขตภายในกำแพงเมือง

Bollens และ Schnmandt (อ้างในจินตนา เอี่ยมโสภา 2544 : 16) กล่าวว่า “ชุมชนเมือง” (Urban Places) หมายถึง เขตที่มีประชากรอยู่ร่วมกันหนาแน่น มีจำนวน 2,500 คน หรือมากกว่าขึ้นไป และผู้อยู่ในเขตนี้จะเป็นคนเมือง ผู้อยู่นอกเขตจะเป็นคนชนบท

ส่วนคำว่า “มหานคร” หรือ “ย่านมหานคร” (Metropolis) หมายถึง พื้นที่ส่วนกลางของเมือง พื้นที่ส่วนนี้อาจติดต่อกับเขตอื่นๆ ในอาณาบริเวณใกล้เคียงได้ และจะมีลักษณะที่มีการกระจาย (Decentralization) กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมออกไปรอบด้านด้วยการติดต่อสื่อสารและการคมนาคม ในพื้นที่มหานครจะเน้นในเรื่องของการทำหน้าที่การงานเฉพาะด้าน (Specialization) มีการพึ่งพากันของส่วนต่างๆ ในสังคม (Inter - dependence) เพื่อช่วยกันบริการสมาชิกอย่างทั่วถึง มีประชากรตั้งแต่ 50,000 คน ขึ้นไป มีหลายหน่วยการปกครองอยู่ในเขตมหานคร

จูเลียส โกลด์ และวิลเลียม แอล โคลล์ (Gould and Kobb 1964 : 739 อ้างใน ศราวุธ อมรรธรรมสิน 2545) อธิบายว่า ความเป็นเมืองว่ามีหลายความหมาย ดังนี้

1. ความเป็นเมือง หมายถึง การกระจาย (Diffused) ของอิทธิพลสังคมเมืองไปสู่สังคมชนบท คำว่า “อิทธิพล” ที่ได้กระจายหมายถึงชนบทรอบล้อมและลักษณะ (Trait) ของเมือง
2. ความเป็นเมือง หมายถึง ปรากฏการณ์ของลักษณะสังคมเมืองที่เกิดขึ้น หรือลักษณะของสังคมเมืองในแง่ประชากร การปฏิวัติทางด้านวัฒนธรรมในเขตชนบทได้กลายเป็นวัฒนธรรมแบบสังคมเมือง
3. ความเป็นเมืองเป็นกระบวนการที่ประชากรมารวมกันอยู่อย่างหนาแน่น เป็นกระบวนการเคลื่อนไหวเพื่อถึงความสมบูรณ์ของลักษณะเมืองมาอยู่รวมกัน
4. ความเป็นเมืองเป็นกระบวนการรวมตัวอยู่อย่างหนาแน่นของประชากร ซึ่งมีการเพิ่มของอัตราประชากรในเมืองต่อประชากรทั้งหมด

การขยายตัวของเมืองใหญ่ในหลายๆ ประเทศ ทำให้เกิดชุมชนเมืองขึ้นใหม่ในเขตชานเมืองที่อยู่โดยรอบ จนเกิดเป็นชุมชนเมืองที่เรียกว่า “มหานคร” (Metropolis) ซึ่งเป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่ที่ล้อมรอบด้วยเมืองหลายๆ เมือง การเติบโตและการกระจายตัวของพื้นที่ที่เป็นมหานคร จะนำไปอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นพื้นที่เมืองประเภทใหม่เรียกว่า “มหานครหลวง” (Megalopolis) ที่ประกอบไปด้วยมหานครหลายๆ มหานคร

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2549 :205 – 206) ได้ให้ความหมายของ ชุมชนเมือง (Urban Community) ว่า เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลหรือสุขาภิบาล ประชาชนอยู่อาศัยอย่างหนาแน่น มีลักษณะที่ชัดเจน ดังนี้

1. เป็นเขตที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา เป็นต้น
2. เป็นเขตที่อยู่อาศัยของผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง หรือย่านคนรวย เช่น ย่านสีลม ของกรุงเทพมหานคร
3. มีเขตที่เป็นบ้านเรือนของประชาชนยากจน คือ เป็นบ้านเรือนหลังเล็กๆ ปลูกสร้างพอให้คู้มนกันแดดกันฝนได้ ประชาชนอยู่กันอย่างหนาแน่นมาก เรียกกันว่าชุมชนแออัดหรือสลัม เช่นเขตคลองเตย ของกรุงเทพมหานคร

4. เป็นเขตที่ประชาชนมีความสัมพันธ์กันอย่างห่างๆ ไม่สนิทสนม ไม่จริงใจ และไม่ถาวร เช่นนี้เป็นความสัมพันธ์แบบทุติยภูมิ (secondary relationship) เช่น ความสัมพันธ์ในหน้าที่การงาน ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา พ่อค้ากับลูกค้า หรือนายจ้างกับลูกจ้าง

5. มีเขตเมืองเก่าซึ่งมีถนนแคบ บ้านเรือนตั้งอยู่กันอย่างแออัด เช่น เขตพระนคร ของ กรุงเทพมหานคร

6. เป็นเขตที่มีความหลากหลายในชุมชน เช่น เป็นที่อาศัยของผู้ที่อพยพย้ายถิ่นมาอยู่จากหลายส่วนของประเทศ รวมทั้งมาจากต่างประเทศด้วย

7. เป็นเขตที่มีความแตกต่างด้านการดำรงชีวิต มีอาชีพแตกต่างกันและมีการแบ่งงานกันตามความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ประกอบอาชีพรับราชการ นักวิชาการ นักธุรกิจ พ่อค้า และผู้ใช้แรงงาน

8. เป็นเขตที่มีการทำงานร่วมกันหรือผลิตร่วมกันและงานที่ทำมีลักษณะสัมพันธ์กัน เช่น ทำงานบริษัทในเครือโรงงานเดียวกัน แม้จะต่างแผนกกันแต่ก็มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

9. เป็นเขตที่มีปัญหาด้านการรักษาความปลอดภัย เช่น เป็นแหล่งอาชญากรรม แหล่งรวมอบายมุข หรือสถานเริงรมย์

10. เป็นเขตที่มีปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางอากาศ เสียง

ลำพอง บุญช่วย (อ้างใน สนธิฯ พลศรี 2547 : 28) ได้แบ่งชุมชนตามจำนวนสมาชิกในชุมชน ออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. หมู่บ้านเล็ก (Hamlet) เป็นชุมชนที่มีประชากรไม่เกิน 250 คน
2. หมู่บ้าน (village) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 250 – 5,000 คน
3. เมือง (Town) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 1,000 – 5,000 คน
4. นครขนาดเล็ก (Small City) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 5,000 – 25,000 คน
5. นครขนาดกลาง (Middle City) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 25,000 – 100,000 คน
6. นครขนาดใหญ่ (Metropolis) เป็นชุมชนที่มีประชากรระหว่าง 100,000 – 1,000,000 คน
7. มหานคร (Great Metropolis) เป็นชุมชนที่มีประชากรมากกว่า 1,000,000 คน

ลักษณะของ **ชุมชนเมือง (Urban Community)** (สนธิฯ พลศรี 2547 : 33 - 37) จะเป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นของประชากรมาก อาคารบ้านเรือนหนาแน่น มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมจะมีลักษณะเป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นมากกว่าสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ อาชีพมีมากมายหลายอาชีพ แต่ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การค้าขาย

และการบริการ สมาชิกมีความเป็นอิสระ หรือปัจเจกบุคคลสูง ทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นแบบตัวใครตัวมัน คือ เป็นทางการมากกว่าเป็นส่วนตัว สมาชิกมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ และขาดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แต่อยู่ร่วมกันได้เพราะผลประโยชน์ที่แต่ละคนจะได้รับ เป็นต้น โดยปกติชุมชนเมืองจะอยู่ภายใต้การปกครองในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น สุขาภิบาล เทศบาล มหานคร และมีชุมชนย่อยๆ เช่น บางเขน บางนา เป็นต้น นักสังคมวิทยาศึกษา นิเวศวิทยาของชุมชนเมืองและพบว่า ชุมชนเมืองเกิดขึ้นหลายลักษณะ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งที่เจริญก้าวหน้าขึ้นและเสื่อมลง และถูกแทนที่ด้วยผู้ที่ประกอบกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

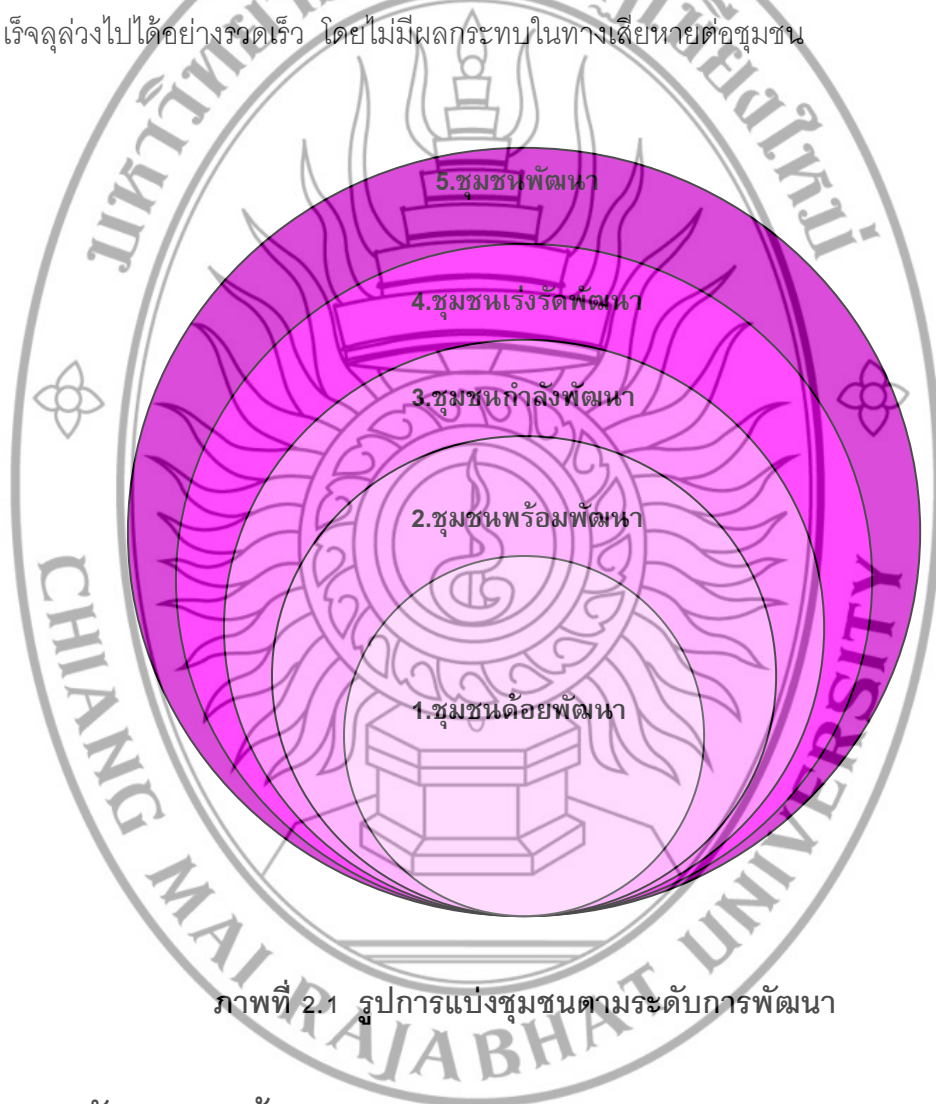
1. การแบ่งแยก (Segregation) เป็นการอยู่อาศัยของผู้คนในเขตเมืองตามกลุ่มกิจกรรมที่เหมือนกัน เช่น ย่านค้าปลีก ย่านค้าเครื่องเหล็ก เป็นต้น
2. การบุกรุก (Invasion) เกิดการรุกล้ำเข้าไปแทนที่โดยกลุ่มกิจกรรมอื่นและเกิดขึ้นตลอดเวลา เช่น การบุกรุกของคนร่ำรวยเข้าไปแทนที่คนยากจน การบุกรุกของผู้คนเข้าไปตั้งร้านค้า โรงงานอุตสาหกรรมในย่านที่พักอาศัย การรื้อถอนแหล่งเสื่อมโทรมเพื่อใช้เป็นสถานที่ราชการ เป็นต้น การบุกรุกเข้าไปแทนที่นี้ ถ้าหากเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์เรียกว่า Succession
3. การกระจายออกจากศูนย์กลางเมือง (Decentralization) เนื่องจากความหนาแน่นของประชากรสูง ที่ดินราคาแพง ผู้คนจะออกไปอาศัยอยู่ชานเมืองมากขึ้น
4. การเดินทางเข้าออกประจำ (Reutilization) เป็นการเคลื่อนย้ายของผู้คนแบบเดินทางไป-กลับเป็นประจำ ระหว่างบ้านพักอาศัยกับสถานที่ทำงาน ซึ่งในปัจจุบันมีปริมาณสูงมาก

นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งชุมชนตามระดับการพัฒนาออกเป็น 5 ประเภท

1. ชุมชนด้อยพัฒนา เป็นชุมชนที่สมาชิกยังไม่พร้อมในการพัฒนา ด้อยการศึกษา ล้าหลังในทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ เชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่เหนือประสบการณ์ธรรมชาติ ต่างคนต่างอยู่ ขาดความสัมพันธ์ และการโต้ตอบทางสังคม มุ่งผลประโยชน์ของตนเป็นสำคัญ การจะพัฒนาชุมชนลักษณะนี้ต้องใช้บุคลากร ทรัพยากร เทคนิควิธีการและระยะเวลามาก
2. ชุมชนพร้อมพัฒนา เป็นชุมชนที่มีความพร้อมพื้นฐานในการพัฒนา เช่น มีการศึกษาสูงขึ้น ยอมรับในวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เชื่อในเหตุผล มีความสัมพันธ์ทางสังคมและการตอบโต้กันทางสังคม มีผู้นำ ชุมชนแบบนี้จัดเป็นชุมชนที่พร้อมจะพัฒนา หน่วยหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาสามารถเข้าดำเนินการพัฒนาได้อย่างง่ายและรวดเร็ว
3. ชุมชนกำลังพัฒนา เป็นชุมชนที่สมาชิกร่วมมือร่วมใจเฝ้ากันกำลังกันเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลง พัฒนาชุมชนของตนโดยบุคคล กลุ่มองค์กรในชุมชนและนอกชุมชน ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ร่วมกัน ด้วยเทคนิควิธีการและ

กระบวนการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชน หน่วยหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนา จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในศักยภาพของชุมชน และวิธีการพัฒนาชุมชนเป็นอย่างดี ชุมชนจึงจะประสบความสำเร็จในการพัฒนา

4. ชุมชนเร่งรัดพัฒนา เป็นชุมชนที่ต่อเนื่องจากชุมชนกำลังพัฒนา ปัจจัยทางการพัฒนาทั้งบุคคล ทรัพยากร ผู้นำ กลุ่มและองค์กร เทคนิควิธีการ มีความรู้ความเข้าใจ ผนึกกำลังกันพัฒนาชุมชนจนเกิดความรู้และประสบการณ์ สามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีผลกระทบในทางเสียหายต่อชุมชน

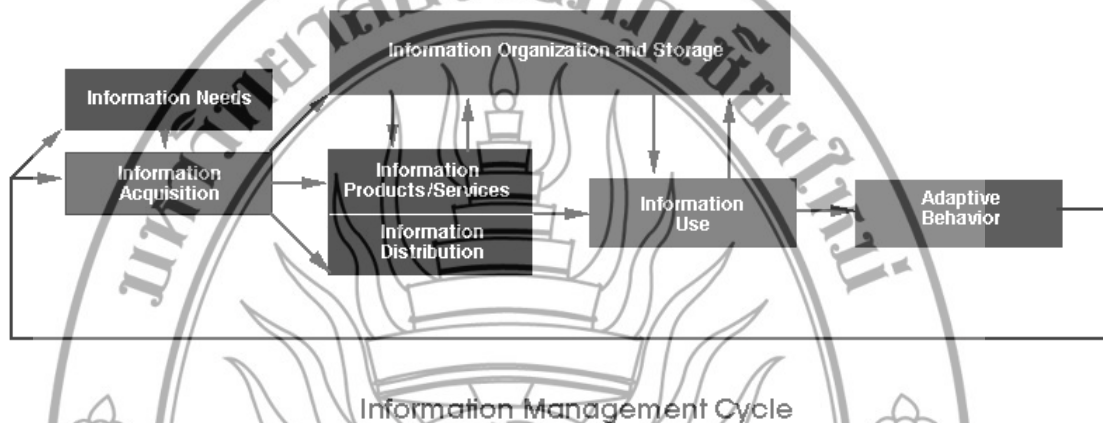


ภาพที่ 2.1 รูปการแบ่งชุมชนตามระดับการพัฒนา

2.2 การจัดการความรู้

การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือสำหรับใช้ปัญญาของคนทั้งมวล หรือคนส่วนใหญ่ของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้และปัญญาที่ผูกพันอยู่กับงานและการดำรงชีวิต การจัดการความรู้ในชุมชน เป็นปัญญาที่ต้องสร้างร่วมกันโดยผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องเรื่องราวชีวิตในชุมชน อัน

ได้แก่ ชาวบ้าน ผู้นำ ประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่ของรัฐ เอกชน การจัดการความรู้ในชุมชนจึงเป็น "ระบบที่ซับซ้อนและปรับตัว" (Complex Adaptive system) ไม่ใช่ระบบที่ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ชัดเจนตายตัว (Simple System) โดยมีกระบวนการดังนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงกระบวนการจัดการความรู้

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (อ้างอิงใน มล.สรสิริ วรวรรณ การวิเคราะห์การจัดการความรู้ของแหล่งเรียนรู้ชุมชน 2548)

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) หรือการจัดการองค์ความรู้ หรือการบริหารความรู้ หรือการบริหารจัดการความรู้ หรือการบริหารภูมิปัญญา นั้น เป็นแนวคิดของการบริหารองค์กรที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงปี ค.ศ.1995-1996 หลังจาก that Ikujiro Nonaka Takeuchi ได้ตีพิมพ์หนังสือชื่อ “The Knowledge Creating Company” ขึ้นในปี ค.ศ.1995 หนังสือเล่มนี้ส่งผลให้ผู้นำทางธุรกิจจำนวนมากตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ โดยเฉพาะในปี ค.ศ.1997-1998 ซึ่งต่อมาได้มีการตีพิมพ์หนังสือเกี่ยวกับแนวความคิดนี้เป็นจำนวนมากและที่ได้รับความนิยม ได้แก่ “Intellectual Capital” ของ Tom Stewart “The New Organization Wealth” ของ Karl Erik Sveiby และ “The Ken Awakening” ของ Debra Amidon

2.2.2 ความหมายของการจัดการความรู้

ได้มีผู้เสนอความคิดเห็นสำหรับความหมายของการจัดการความรู้ไว้ ดังนี้

Scott I. Tannembaum (อ้างถึงใน มล.สรสิริ วรวรรณ, 2548) ได้แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ว่าเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง โดยต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมาย ซึ่งได้แก่

- การจัดการความรู้มีความหมายรวมถึง การรวบรวม การจัดระเบียบ การจัดเก็บและการเข้าถึงข้อมูล เพื่อสร้างเป็นความรู้ และเมื่อมีการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม สารสนเทศและเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์จะเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ แต่สารสนเทศและเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้
- การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ (Knowing sharing) เพราะหากปราศจากการแบ่งปันความรู้แล้วนั้น ความพยายามในการจัดการความรู้จะไม่ประสบความสำเร็จ พฤติกรรมภายในองค์กรเกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิถีปฏิบัติมีผลต่อการแบ่งปันความรู้ และประเด็นด้านวัฒนธรรมและสังคมก็จัดว่ามีความสำคัญต่อการจัดการความรู้เป็นอย่างยิ่ง
- การจัดการความรู้ต้องการบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการตีความหมายและประยุกต์ใช้ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่งสำหรับช่วยแนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้น กิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนเก่งและดี การพัฒนาบุคลากร การติดตามความก้าวหน้าของบุคลากร และการรักษาคนมีความรู้ความสามารถไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการความรู้
- การจัดการความรู้เป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร เพราะการจัดการความรู้จะช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาและความสำเร็จให้แก่องค์กร การประเมิน “ต้นทุนทางปัญญา” (intellectual Capital) และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ เป็นดัชนีชี้วัดว่าองค์กรมีการจัดการความรู้ได้ผลหรือไม่

David J. Skyme (อ้างใน นนดล สุขสำราญ, 2546 : 53) ให้ความหมายว่า หมายถึง การจัดการอย่างเป็นระบบในการสร้างความชัดเจนให้กับความรู้และกระบวนการที่เกี่ยวข้อง นับตั้งแต่การสร้าง การรวบรวม การผสมผสาน การนำมาใช้และทำประโยชน์ ซึ่งเท่ากับเป็นการแปรสภาพความรู้ส่วนบุคคลไปสู่ความรู้ขององค์กร มากกว่าเป็นเพียงแค่การแบ่งปันหรือการนำไปประยุกต์ใช้เท่านั้น

National Electronic Library for Health (2003 อ้างถึงใน <http://www.nelh.nhs.uk>) ได้รวบรวมคำจำกัดความของ “การจัดการความรู้” ว่าหมายถึง

- ประสิทธิภาพขององค์กรในการสร้างความรู้ใหม่ เผยแพร่ความรู้ทุกหนทุกแห่งในองค์กร และทำให้ความรู้อยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ การบริการ และระบบ (Nonaka & Takeuchi, 1995)

- รวบรวมกระบวนการซึ่งควบคุมการสร้าง การเผยแพร่ และการใช้ประโยชน์ของความรู้ (Newman, 1999)
- ศิลปะแห่งการสร้างคุณค่าจากทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Karl Erik Sveiby, 1996)

วีรุธ มาชะศิรินันท์ (2543 : 77-78) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการรูปแบบใหม่ เน้นในด้านการพัฒนากระบวนการ (Business Process) ควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ (Creative Thinking) ถ้าองค์กรได้มีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ ก็จะเกิดโอกาสอันสำคัญต่อการพัฒนาให้เป็นองค์กรที่เปี่ยมไปด้วยการทำงานอย่างฉลาดคิดและสร้างสรรค์

ประเวศ วะสี (2545) เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ว่า หมายถึง การจัดการให้การปฏิบัติ การสร้างความรู้ และการเรียนรู้ เชื่อมต่อกันเป็นพลวัต และยังประโยชน์เพิ่มขึ้นๆ ซึ่งมีองค์ประกอบทางหน้าที่ประจักษ์มอง คือ

- 1) ทำให้รับรู้ความจริง ความจริงเป็นฐานทางปัญญา ความไม่จริงทำให้เสื่อมปัญญา
- 2) นำความจริงมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นปัญญาที่สูงขึ้น
- 3) นำปัญญาไปใช้ โดยจัดให้เหมาะกับการใช้งาน
- 4) ประเมินผลการใช้ แล้วนำความรู้ที่ได้จากการประเมินกลับไปปรับปรุงทฤษฎีและการปฏิบัติให้ดียิ่งขึ้น

วิจารณ์ พานิช (2546 อ้างถึงใน <http://www.kmi.trf.or.th>) ให้นิยามเชิงปฏิบัติการของการจัดการความรู้ว่า หมายถึง กระบวนการที่เป็นเครื่องมือหรือวิธีการเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าของกิจกรรมองค์กร กลุ่มบุคคล หรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร

นอกจากนี้ การจัดการความรู้อาจหมายถึงรวมถึงกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ (Joseph H. Boyett และ Jimmie T. Boyett, 2001 : 97 – 98)

- การพัฒนาฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับลูกค้า ปัญหาทั่วไป และแนวทางแก้ไขเบื้องต้น
- การจำแนกแยกแยะเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญภายในองค์กรและการทำให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขารู้ รวมทั้งการพัฒนาสมุดหน้าเหลืองที่อธิบายแหล่งทรัพยากรภายในที่สำคัญและจำแนกวิธีการในการค้นหาสิ่งเหล่านั้น
- การนำความรู้จากผู้เชี่ยวชาญไปเผยแพร่หรือกระจายไปสู่บุคคลอื่น

- การออกแบบโครงสร้างความรู้ที่ช่วยจัดการข้อมูลในรูปแบบที่สามารถเข้าถึงได้ และพร้อมที่จะนำไปประยุกต์ใช้
- การสร้างเวทีที่เปิดโอกาสให้บุคคลต่างๆ สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความคิด ไม่ว่าจะเป็นการเผชิญหน้าโดยตรง หรือผ่านทาง Intranet, Web site, E-mail หรือห้องสนทนาอื่นๆ
- การจัดกระบวนการกลุ่มให้คนต่างพื้นที่ได้ทำงานแก้ปัญหาร่วมกัน และผลักดันทำหน้าที่ผู้จัดการความรู้
- การค้นหา และส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษในความรู้และทักษะที่เป็นหัวใจของความสำเร็จขององค์กร และหาทางให้อยู่ในองค์กรไปนานๆ
- การออกแบบการฝึกอบรมและกิจกรรมอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาเพื่อประเมินและสร้างความรู้ของแต่ละคนภายในองค์กร
- ดำเนินการเกี่ยวกับการให้รางวัล การยอมรับ และการเลื่อนตำแหน่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูล
- การสร้างเครื่องมือต่างๆ ที่สนับสนุนให้บุคคลสามารถเข้าถึง และนำข้อมูลไปใช้ได้เมื่อต้องการ
- การสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ การจัดการหรือผลลัพธ์ที่จะนำไปวิเคราะห์แนวโน้มและสกัดข้อมูลที่มีค่าต่อองค์กร
- การพิจารณาต้นทุนทางปัญญาเพื่อจัดการความรู้ให้ดีขึ้น
- การเกาะติดและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือให้ความสำคัญ เพื่อทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการให้ดีกว่าเดิม

จะเห็นได้ว่า จากนิยามของการจัดการความรู้ นั้น มีความหมายที่หลากหลายตามแต่การนำไปใช้จริง หรือตามแต่สถานการณ์ที่นำไปปฏิบัติ แต่คำนิยามต่างๆ เหล่านี้จะมีจุดร่วมที่เหมือนกันคือ เป็นกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพของบุคคล แต่จะแตกต่างกันออกไปในการมองการจัดการความรู้ว่าเป็นวิธีการ/เครื่องมือ (Means) หรือเป็นเป้าหมาย (Ends)

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการจัดการความรู้

Joseph H. Boyett และ Jimmie T. Boyett (2001 : 104 – 120) ได้กล่าวถึงข้อเท็จจริงที่ควรคำนึงถึงในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติ ได้แก่

- ความรู้เป็นสิ่งที่ทำให้ชัดเจนได้ยาก

- ความรู้ที่สำคัญและมีประโยชน์ที่สุด เป็นสิ่งที่ยากจะแบ่งปัน
- การวัดคุณค่าที่แท้จริงของทรัพย์สินด้านความรู้ (Knowledge Asset) เป็นสิ่งที่ยาก

ความรู้เป็นสิ่งที่ทำให้ชัดเจนได้ยาก

Thomas H. Davenport และ Laurence Prusak (อ้างถึงใน นิทัศน์ วิเทศ, 2542 : 2 – 9) ได้กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างข้อมูล (Data) สารสนเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge) ไว้ดังนี้

ข้อมูล (Data) คือ ชุดของข้อเท็จจริงเชิงวัตถุสามารถมองเห็นได้ ตัวข้อมูลเองจึงปราศจากความเกี่ยวข้องและปราศจากวัตถุประสงค์ ข้อมูลไม่ได้บอกถึงความสำคัญของมันเองหรือความไม่เกี่ยวข้องของตัวมันเองออกมาให้เราได้รับรู้ได้ แต่ข้อมูลยังคงความสำคัญมากต่อองค์กรเพราะมันเป็นวัตถุดิบขั้นสำคัญในการสร้างสารสนเทศ

สารสนเทศ (Information) คือ สารอย่างหนึ่งที่อยู่ในรูปของเอกสาร หรือการสื่อสารที่ได้เห็นหรือได้รับฟัง ทั้งนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้น สารสนเทศจึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงวิถีทางที่ผู้รับสารได้รับรู้บางสิ่งบางอย่างซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของบุคคล สารสนเทศจึงแตกต่างจากข้อมูลตรงที่มีความหมายในตัวเอง ขณะที่ข้อมูลไม่มีความหมายแต่สามารถกลายเป็นสารสนเทศได้

ความรู้ (Knowledge) คือ การผสมผสานระหว่างประสบการณ์ ค่านิยม ข่าวสาร เหตุการณ์ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างเป็นกรอบความคิดสำหรับการประเมินและสังเคราะห์ประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ นอกจากนี้ ความรู้อาจสกัดมาจากสารสนเทศ โดยการเปรียบเทียบ (Comparison) การจัดลำดับเหตุการณ์ (Consequence) การเชื่อมโยง (Connections) และการสนทนา (Conversations)

ดังนั้น คำว่า “ความรู้” (Knowledge) จึงมีค่าที่เกี่ยวข้องอยู่มากมาย ได้แก่

- ประสบการณ์ (Experience) ซึ่งเป็นทั้งตัวความรู้เอง และเป็นบ่อเกิดแห่งความรู้
- ความเป็นจริง (Truth) ความรู้ต้องเชื่อมโยงกับความเป็นจริง และความเป็นจริงเป็นบ่อเกิดของความรู้
- ความซับซ้อน (Complexity) คนมีความรู้จะมีความเข้าใจความซับซ้อน และความเข้าใจซับซ้อนก็จะช่วยให้เกิดความรู้

- การตัดสินใจหรือวินิจฉัย (Judgment) คนเราใช้ความรู้เป็นเครื่องตัดสินใจตัดสินสถานการณ์ใหม่ โดยการเปรียบเทียบกับความรู้ที่มีอยู่แล้ว และใช้การตัดสินใจเป็นเครื่องมือตรวจสอบความพอเพียงของความรู้ที่ตนมีอยู่ และเพิ่มเติมความรู้จากประสบการณ์ใหม่

- สามัญสำนึก (Common Sense) คนมีความรู้จะมีความสามารถใช้สามัญสำนึกในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้ดี

- คุณค่าและความเชื่อ (Value & Belief) เป็นส่วนประกอบที่แฝงอยู่ในความรู้จนเป็นเนื้อเดียวกัน ถ้ามีคุณค่าหรือความเชื่อพื้นฐานต่างกัน จะพัฒนาความรู้จากเหตุการณ์เดียวกันออกมาเป็นความรู้คนละชุด และแตกต่างกันได้อย่างมาก

Vera Allee (1997 : 72) เสนอรูปแบบแรกเริ่มของความรู้ (Knowledge Archetypes) ไว้ในหนังสือชื่อ “The Knowledge Evolution” ซึ่งประกอบด้วยการเรียนรู้ลำดับ 7 ระดับ โดยแต่ละระดับจะนำไปสู่การสร้างระดับที่สูงกว่า ดังนี้

1. ข้อมูล (Data) เป็นส่วนประกอบของสารสนเทศ และกลายเป็นสารสนเทศ โดยผ่านการเชื่อมโยงและการจัดระเบียบร่วมกับข้อมูลอื่น
2. สารสนเทศ (Information) กลายเป็นความรู้เมื่อได้รับการวิเคราะห์ เชื่อมโยงกับสารสนเทศอื่น และเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รู้มาแล้ว
3. ความรู้ (knowledge) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายใต้บริบททางสังคมของความหมาย
4. ความหมาย (Meaning) เป็นสิ่งที่ฝังลึกอยู่ในขอบเขตที่กว้างขวาง และไม่มีตัวตนของปรัชญา ซึ่งประกอบด้วยขอบเขตที่กว้างขวางของสมมติฐานความเชื่อและทฤษฎีเกี่ยวกับการทำงานของสิ่งต่างๆ
5. ปรัชญา (Philosophy) ปรัชญาและการคิดอย่างเป็นระบบฝังอยู่ในมุมมองของปัญญาเกี่ยวกับค่านิยม
6. ปัญญา (Wisdom) ห่อหุ้มค่านิยมและจุดมุ่งหมายของบุคคล รวมทั้งล้อมรอบมุมมองทั้งหมด
7. ความเป็นเอกภาพ (Union) เป็นสภาวะความรู้ลึกที่ขยายกว้างและเปิดเผยต่อความเป็นหนึ่งเดียวที่เกิดจากปัญญา ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจและเปลี่ยนค่านิยมที่สัมพันธ์กับเป้าหมายสูงสุด

James Brain Quinn (1992 อ้างถึงใน Joseph H. Boyett และ Jimmie T. Boyett, 2001 : 106) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับระดับของความรู้ (Levels of Knowledge) ซึ่งประกอบด้วยระดับที่ 1 : Know – what (รู้ว่าคืออะไร) เป็นความรู้ในเชิงการรับรู้

ระดับที่ 2 : Know – how (รู้วิธีการ) เป็นความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ

ระดับที่ 3 : Know – why (รู้เหตุผล) เป็นความเข้าใจที่ลึกซึ้งซึ่งเหตุผลที่สลับซับซ้อน อันอยู่ภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ต่างๆ ความรู้ในระดับนี้สามารถพัฒนาได้บนพื้นฐานประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาและการอภิปรายเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วมกับผู้อื่น

ระดับที่ 4 : Care – why (ใส่ใจกับเหตุผล) เป็นความรู้ในลักษณะการสร้างสรรค์ที่มาจากตัวเอง บุคคลที่มีความรู้ในระดับนี้จะมีเจตจำนง แรงจูงใจ และการปรับตัวเพื่อความสำเร็จ

ดังนั้น ในการจัดการความรู้ องค์กรต้องคำนึงถึงระดับของความรู้ด้วย เพื่อก่อให้เกิดการบรรลุผล

ความรู้ที่สำคัญและมีประโยชน์ที่สุด เป็นสิ่งที่ยากจะแบ่งปัน

Nonaka และ Takeuchi ได้กล่าวถึงความแตกต่างที่สำคัญระหว่างวิธีการมองความรู้ของผู้บริหารชาวตะวันตกกับญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้บริหารชาวตะวันตก มองว่า องค์กรเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในการจัดการกับข้อมูล (Information Processing) และมองความรู้ในลักษณะที่เป็น “สิ่งที่ประจักษ์ชัดหรือมีความชัดเจน (Explicit Knowledge)” โดยเชื่อว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เป็ระบบและมีความเป็นทางการ สามารถแสดงให้เห็นได้ในรูปของถ้อยคำและตัวเลข รวมทั้งสามารถสื่อสารได้ง่าย และแบ่งปันได้ในลักษณะข้อมูลดิบ สูตรวิทยาศาสตร์ ขั้นตอนการประมวลผล และหลักการสากล ขณะที่บริษัทของชาวญี่ปุ่นมองความรู้ในลักษณะที่เป็น “สิ่งที่แสดงให้เห็นเป็นนัยและไม่เปิดเผยทั้งหมด (Tacit Knowledge)” โดยเชื่อว่า ความรู้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ไม่เป็นทางการ และยากที่จะทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารหรือแบ่งปันกับผู้อื่น นอกจากนี้ ยังฝังลึกอยู่ในความคิด ค่านิยม อารมณ์ ความรู้สึก การกระทำ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลด้วย ดังนั้น เพื่อความสำเร็จ ผู้บริหารชาวญี่ปุ่นจะเน้นสร้างความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งไม่ใช่เรื่องของความรู้ที่ชัดเจนเท่านั้น แต่ความรู้ที่เป็นนัยและความรู้ที่เกิดจากภายในและอุดมคติของพนักงานด้วย

ความรู้ที่เป็นนัย (Tacit Knowledge) ประกอบด้วย 2 มิติ คือ

1. มิติเกี่ยวกับเทคนิค ซึ่งรวมทักษะที่ไม่เป็นทางการ หรือวิธีการที่จะกระทำสิ่งต่างๆ
2. มิติเกี่ยวกับการรับรู้หรือความรู้ความเข้าใจ ประกอบด้วยรูปแบบของจิตใจ ความเชื่อ และการยอมรับเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นอยู่และสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ความรู้ที่เป็นนัยนี้ เป็นความรู้ชนิดที่มีความเป็นส่วนตัวสูง หรือเป็นความรู้ส่วนบุคคลซึ่ง “เรารู้มากกว่าที่จะบอกได้” และบุคคลมุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้กลายเป็นความชำนาญทางวิชาชีพ

ความรู้ลักษณะนี้ ยากลำบากในการทำให้เป็นแบบแผน และส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันระหว่างบุคคล ดังนั้นจึงมีความสำคัญที่สุดในองค์กร เพราะจะก่อให้เกิดการสร้างสรรคความรู้ใหม่

Dorothy Leonard ได้กล่าวถึงอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นนัยที่มีอยู่ในองค์กร ไว้ดังนี้

- ระบบการให้รางวัล (Reward System) ขององค์กร อาจเป็นอุปสรรคต่อการแบ่งปันความรู้ เพราะบุคคลจะเก็บความรู้ไว้สร้างคุณค่าให้แก่ตนเอง โดยไม่เห็นความสำคัญของการแบ่งปันความเชี่ยวชาญให้แก่ผู้อื่น
- ความแตกต่างทางกายภาพและเวลา อาจทำให้เกิดความยากลำบากสำหรับบุคคลในการแบ่งปันความรู้ในมิติที่ไม่ชัดเจน แต่เทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารสมัยใหม่สามารถช่วยได้
- กลุ่มการทำงานทางธุรกิจ นิยมรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่มีเหตุผลและตั้งอยู่บนพื้นฐานของ Hard Data
- บุคคลที่มีความรู้ที่เป็นนัยที่ลึกซึ้ง อาจต่อต้านหรือขัดขวางการแบ่งปันความรู้ เพราะเกรงว่า ความพยายามจะล้มเหลว

นอกจากนี้ Davenport และ Prusak ได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ว่า เกิดขึ้นจากความไม่มีประสิทธิภาพของตลาดความรู้ในองค์กร เนื่องจาก

- ผู้ซื้อและผู้ขายความรู้ไม่สามารถเข้าถึงกันได้ เพราะไม่มีช่องทางชี้แนะ
- การนำความรู้ไปใช้อย่างไม่เหมาะสม การผูกขาดความรู้ การซ่อนความรู้ และสภาวะสมองไหล ก่อให้เกิดการขาดแคลนความรู้
- องค์กรขาดจิตสำนึกเกี่ยวกับการคิดสร้างสรรค์และประดิษฐ์คิดค้น

Carla O'Dell และ C. Jackson Grayson Jr. (1998 : 18 – 19) กล่าวถึงลักษณะขององค์กร 5 แบบ ที่เป็นอุปสรรคต่อการแบ่งปันความรู้ไว้ดังนี้

1. บริษัทแบบไซโล (The Silo Company. Inc.)

ได้แก่ องค์กรที่มีโครงสร้างส่งเสริมความคิดแบบไซโล คือ แบ่งแยกเป็นหน่วยธุรกิจหรือแผนกย่อยๆ ซึ่งแต่ละแผนกเน้นการปฏิบัติงานให้สัมฤทธิ์ผลและรางวัลตอบแทน โดยมีแนวโน้มที่จะปกปิดความรู้ไปให้แผนกอื่นทำงานได้ดีกว่า ในขณะที่ตนเองมุ่งพัฒนาผลงาน

2. บริษัทแบบ NIH (The NIH Company. Inc.)

ได้แก่ องค์กรที่มีลักษณะที่เรียกว่า “ไม่ประดิษฐ์คิดค้นที่นี่ (Not Invented Here)” ค่านิยมและวัฒนธรรมเช่นนี้เป็นอุปสรรคต่อองค์กรที่ต้องผลิตสินค้าและให้บริการแก่ลูกค้าเป็นหลัก หรือองค์กรเชิงวิศวกรรมและองค์กรที่ต้องอาศัยองค์ความรู้เพื่อความก้าวหน้า เนื่องจาก

องค์กรแบบ NIH เน้นการปรับเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วมากกว่าการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ โดยมองว่า ควรใช้ความคิดแบบดั้งเดิมมากกว่าขโมยความคิดของคนอื่น

3. บริษัทแบบ Babel (The Babel Company. Inc.)

ได้แก่ องค์กรที่มีปัญหาเกี่ยวกับความสับสน ซึ่งพนักงาน และผู้ทำงานขาดมุมมองร่วมกันที่จะนำไปใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสาร และการถ่ายโอนความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ แผนกต่างๆ ในองค์กรขาดการประสานงานกัน แต่ละแผนกใช้คำพูดแตกต่างกันในการอธิบาย แยกประเภท และบันทึกกระบวนการ ตลอดจนวิธีการปฏิบัติงาน พนักงานในองค์กรอาจเต็มใจแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน แต่ขาดแหล่งความรู้ที่สามารถพึ่งพาหรืออ้างอิงได้ เพราะองค์กรไม่สามารถริเริ่มการบันทึกเกี่ยวกับเครื่องมือหรือวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุดไว้ได้

4. บริษัทแบบ By-the-Book (The By-Book Company. Inc.)

ได้แก่ องค์กรที่ไม่นิยมการแบ่งปันความรู้ และเชื่อว่าความรู้ที่เป็นเอกสารเป็นการถ่ายโอนความรู้ทั้งหมด ดังนั้น จึงยึดถือความรู้ที่ชัดเจนมากกว่าความรู้ที่เป็นนัย แต่มีปัญหาเกี่ยวกับข้อมูลสำคัญที่พนักงานต้องการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งไม่สามารถประมวลหรือบันทึกไว้ได้

5. บริษัทแบบ Bolt-It-On (The Bolt-It-On Company. Inc.)

ได้แก่ องค์กรที่เชื่อว่าสามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้ที่รับผิดชอบ โดยผ่านกระบวนการทำงานประจำ และความคาดหวังเกี่ยวกับผลลัพธ์

วิธีการจัดการความรู้ (อ้างแล้วใน มล.สรสิริ วรวรรณ 2548)

ในปัจจุบัน ความรู้ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรมากกว่าทรัพยากรด้านการเงิน สถานที่ตั้งทางการตลาด เทคโนโลยีหรือทรัพย์สินอื่น ๆ ความรู้เป็นทรัพยากรหลักที่ใช้ในการดำเนินงานและการแข่งขัน โดยที่วัฒนธรรมการปฏิบัติงาน เทคโนโลยี ระบบ และขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงานขององค์กรล้วนมีพื้นฐานมาจากความรู้และความชำนาญทั้งสิ้น ดังนั้น เพื่อให้องค์กรสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรควรจัดการความรู้ที่มีผลกระทบต่อองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถของพนักงานในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการลูกค้าทั้งภายในและภายนอก ซึ่งจากกระบวนการจัดการความรู้ที่มีมากมายนั้น B.Rubentein-Montano และคณะ (2002 อ้างถึงใน <http://userpages.umbc.edu/~buchwalt/papers/KM10-FINAL.htm>) ได้รวบรวมวิธีการและขั้นตอนทั้งจากนักวิชาการและจากการปฏิบัติงานจริงของบริษัทต่าง ๆ ดังนี้



ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
1	American Management Systems	(1) ค้นหา (สร้างศูนย์ความรู้) (2) รวบรวม (กระตุ้นและจำแนกคน) (3) แบ่งปัน
2.	Arthur Andersen Consulting	(1) ประเมินค่า (2) กำหนดบทบาทของความรู้ (3) สร้างกลยุทธ์ทางความรู้ที่เชื่อมโยงไปสู่วัตถุประสงค์ของธุรกิจ (4) แยกแยะกระบวนการ วัฒนธรรม และความต้องการทางเทคโนโลยีสำหรับวิธีการของกลยุทธ์ทางความรู้ (5) ทำให้กลไกย้อนกลับเป็นผล
3.	Andersen Consulting	(1) แสวงหา (2) สร้าง (3) สังเคราะห์ (4) แบ่งปัน (5) ใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร (6) สภาพแวดล้อมที่นำไปสู่การแบ่งปันความรู้
4	Dataware Technologies, Inc.	(1) จำแนกปัญหาทางธุรกิจ (2) เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง (3) สร้างทีมงานจัดการความรู้ (4) ดำเนินการตรวจสอบความรู้และวิเคราะห์ (5) กำหนดลักษณะสำคัญของวิธีการแก้ไข (6) ทำ building blocks สำหรับ KM ให้สำเร็จ (7) เชื่อมโยงความรู้สู่ผู้คน
5	Demarest	(1) การสร้างความรู้ (2) การเก็บรวบรวมความรู้ (3) การกระจายความรู้ (4) การนำความรู้ไปใช้

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
6	Buckley & Carter Center for International Business, University of Leeds	(1) ลักษณะเฉพาะทางความรู้ (2) คุณค่าเพิ่มจากการรวมกันของความรู้ (3) การมีส่วนร่วม (4) วิธีการถ่ายโอนความรู้ (5) การครอบงำ (6) การดำเนินการ
7	The Delphi Group	(1) แนวคิดหลักและโครงสร้างสำหรับการจัดการความรู้ (2) ใช้การจัดการความรู้ในฐานะเป็นเครื่องมือทางการแข่งขัน (3) วัฒนธรรมและความคาดหวังของการจัดการความรู้ (4) Best Practices ในการจัดการความรู้ (5) เทคโนโลยีทางการจัดการความรู้ (6) วิเคราะห์การตลาด (7) ความถูกต้องของการจัดการความรู้ (8) ทำให้การจัดการความรู้เป็นผล
8	Ernst and Young	(1) การกำเนิดความรู้ (2) การแสดงออกทางความรู้ (3) การรวบรวมความรู้ (4) การนำความรู้ไปใช้
9	Holsapple and Joshi Kentucky Initiative for Knowledge Management	(1) ความรู้ที่ได้มา (รวมถึงการเอาออกมา การตีความ การถ่ายโอน) (2) ความรู้ที่เลือก (รวมถึงการก่อตั้ง การเอาคืนมา และการถ่ายโอน) (3) ความรู้ภายใน (รวมถึงการกำหนด ตั้งเป้าหมายและการสะสม) (4) ความรู้ที่ใช้

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
		(5) ความรู้ที่ก่อกำเนิด (รวมถึงการติดตาม การประเมิน การผลิต และการถ่ายโอน) (7) ความรู้ภายนอก (รวมถึงเป้าหมาย การผลิต และการถ่ายโอน)
10	Holsapple and Joshi	(1) อิทธิพลทางการจัดการ (รวมถึงผู้นำ ความร่วมมือ การควบคุม การวัดผล) (2) อิทธิพลทางทรัพยากร (รวมถึง คน ความรู้ การเงิน วัตถุ) (3) อิทธิพลทางสิ่งแวดล้อม (รวมถึงแฟชั่น การตลาด การแข่งขัน เทคโนโลยี เวลา สภาพอากาศ) (4) กิจกรรม (รวมถึงการได้มา การเลือก เกี่ยวกับภายใน การใช้) (5) การเรียนรู้และการคาดคะเนในฐานะผลลัพธ์
11	Knowledge Associates	(1) การแสวงหา (2) การพัฒนา (3) การรักษาไว้ (4) การแบ่งปัน
12	The Knowledge Research Institute Inc.	(1) ให้อำนาจความรู้ที่มีอยู่ (2) สร้างความรู้ใหม่ (3) จับและเก็บความรู้ (4) ทำให้เป็นระบบและแปรรูปความรู้ (5) จัดความรู้ให้เหมาะสม

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
13	Liebowitz	(1) แปรข้อมูลไปสู่ความรู้ (2) จำแนกและพิสูจน์ความรู้ (3) จัดและรับประกันความรู้ (4) รวบรวมความรู้ (5) เอาคืนมาและใช้ความรู้ (6) รวมความรู้ (7) เรียนรู้ความรู้ (8) สร้างความรู้ (วนกลับไปสู่ข้อ 3) (9) กระจาย/ขายความรู้
14	Liebowitz and Beckman	(1) จำแนก (กำหนดความสามารถหลัก แหล่งยุทธวิธี และอาณาเขตความรู้) (2) จัด (ทำให้ความรู้ที่มีอยู่เป็นระเบียบแบบแผน) (3) เลือก (กำหนดความรู้ที่สัมพันธ์กัน มีคุณค่า และถูกต้อง และแยกความรู้ที่ขัดแย้งกันออกไป) (4) จัดเก็บ (แสดงให้เห็นความทรงจำหมู่คณะในที่เก็บความรู้) (5) แบ่งปัน (กระจายความรู้โดยอัตโนมัติสู่ผู้ใช้โดยขึ้นอยู่กับความสนใจ งาน และการทำงานร่วมกับผู้อื่นในงานความรู้ผ่านทีมเสมือน) (6) ใช้ (เอาคืนมาและใช้ความรู้ในการตัดสินใจ แก้ปัญหา ทำงานอย่างอัตโนมัติและสนับสนุนการทำงานได้ ช่วยเหลือภาระหน้าที่และฝึกอบรม) (7) สร้างสรรค์ (ค้นพบความรู้ใหม่โดยผ่านการวิจัย การทดลอง และความคิดสร้างสรรค์) (8) ขาย (พัฒนาและการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการฐานความรู้ใหม่)

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
15	Marquardt	(1) การแสวงหาความรู้ (2) การสร้างความรู้ (3) การจัดเก็บข้อมูลและสืบค้นความรู้ (4) การถ่ายโอนความรู้และใช้ประโยชน์
16	Monsanto Company	(1) ใช้แผนที่เรียนรู้ (2) แผนที่คุณค่า (3) แผนที่ข้อมูล (4) แผนที่ความรู้ (5) การวัด (6) และแผนที่เทคโนโลยีสารสนเทศ
17	The Mutual Group	(1) รวบรวมข้อมูล (สร้างพื้นฐานของโครงสร้างความรู้ที่ชัดเจน) (2) เรียนรู้ (การพัฒนาความรู้ที่เป็นนัย) (3) ถ่ายโอน (4) ทำ (พัฒนาความสามารถโดยผ่านการจัดคุณค่าให้เหมาะสม)
18	The National Technical University of Athens, Greece	(1) บริบท (กำหนดความรู้) (2) เป้าหมายการจัดการความรู้ (รวบรวมความรู้) (3) ยุทธศาสตร์ (พัฒนาและกระจายความรู้) (4) วัฒนธรรม
19	O'Dell American Productivity and Quality Center	(1) จำแนก (2) สะสม (3) ดัดแปลง (4) ทำให้เป็นระบบ (5) ใช้ (6) แบ่งปัน (7) สร้างสรรค์

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
20	Price Waterhouse Coopers	(1) ค้นหา (2) กรอง (ในสิ่งที่สัมพันธ์กัน) (3) รูปแบบ (สู่ปัญหา) (4) ไปข้างหน้า (สู่คนที่เหมาะสม) (5) ย้อนกลับ (จากผู้ใช้)
21	Probst and Others	(1) การกำหนดความรู้ที่ต้องการ (2) การจัดหาความรู้ที่ต้องการ (3) การสร้างพัฒนาความรู้ใหม่ (4) การถ่ายทอดความรู้ (5) การจัดเก็บความรู้ (6) การนำความรู้ไปใช้
22	Ruggles	(1) การกำเนิด (รวมถึงการสร้าง การได้มา การ สังเคราะห์ การหลอมละลาย การดัดแปลง) (2) การรวบรวม (รวมถึงการจับและการเป็นตัวแทน) (3) การถ่ายโอน
23	Skandia	(1) เครือข่ายและการแบ่งปันความรู้ (2) การนำทางความรู้โดยทีมโครงการ (3) พัฒนากล่องเครื่องมือทุนทางสังคม
24	Turban and Others	(1) การสร้าง (2) การจับและเก็บ (3) การเลือกหรือกรอง (4) การกระจาย (5) การใช้ (6) การติดตาม/ตรวจสอบ

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
25	Van der Spek and de Hoog	(1) แนวคิด (รวมถึงทำรายการความรู้ที่มีอยู่และวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน) (2) สะท้อน (รวมถึงตัดสินใจปรับปรุงตามความต้องการและวางแผนเพื่อปรับปรุงกระบวนการ) (3) ทำ (รวมถึงรับรอง รวบรวม กระจาย และพัฒนาความรู้) (4) ทบทวน (รวมถึงเปรียบเทียบสถานการณ์เก่าและใหม่ และประเมินผลสำเร็จ)
26	Van der Spek and Spijkervet	(1) พัฒนาความรู้ใหม่ (2) รับรองความรู้ใหม่และความรู้ที่คงอยู่ (3) กระจายความรู้ (4) รวมความรู้ที่ใช้ประโยชน์ได้
27	Van Heijst et al. CIBIT, Netherlands	(1) การพัฒนา (สร้างความคิดใหม่ วิเคราะห์ความล้มเหลว และทดสอบประสบการณ์ปัจจุบัน) (2) การรวมเข้าด้วยกัน (จัดเก็บความรู้แต่ละบุคคล ประเมินผลและอ้างอิง) (3) การกระจาย (การให้ความรู้แก่ผู้ใช้) (4) การรวบรวม (รวมข้อมูลที่ disparate และทำให้การเข้าถึงเพิ่มขึ้นเพื่อให้ข้อมูลมีการกระจาย)
28	Wielinga et al. University of Amsterdam	(1) แนวคิด (จำแนก/ทำรายการสิ่งของ แสดงให้เห็น แบ่งประเภท) (2) สะท้อน (รูปแบบของการพัฒนาความรู้และการสร้างสรรค์ รูปแบบของการจำแนกแหล่งความรู้ และผล) (3) ทำ (รวมและทำให้ความรู้มั่นคง บูรณาการความรู้พัฒนา และกระจายความรู้)

ตารางที่ 2.1 วิธีการจัดการความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสถาบัน/คน	วิธีการจัดการความรู้
29	Wiig	(1) การสร้างและหาแหล่งข้อมูล (2) การรวบรวมและแปรข้อมูล (3) การเผยแพร่สิ่งที่เป็นประโยชน์ (4) การเปลี่ยนคุณค่าให้เป็นเงิน

อย่างไรก็ตาม หากจะสรุปวิธีการจัดการความรู้จากตารางข้างต้นนี้ จะเห็นว่าวิธีการจัดการความรู้ของ MarQuardt (1996: 129-139) มีเนื้อหาครอบคลุมวิธีการต่าง ๆ ไว้อย่างครบถ้วนและชัดเจนมากที่สุด

วิธีการจัดการความรู้ตามแนวคิดของ MarQuardt

MarQuardt เป็นศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยจอร์จ วอชิงตัน ซึ่งเชี่ยวชาญทางด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยการจัดการความรู้ จัดเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งของการก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ โดย MarQuardt ได้กล่าวไว้ว่า “...การจัดการความรู้ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้...” (MarQuardt, 1996: 130) ซึ่งวิธีการจัดการความรู้ 4 ขั้น สามารถแสดงรายละเอียด ได้ดังนี้

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition)

องค์กรควรแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์ และมีผลต่อการดำเนินงานจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

1.1 การแสวงหาและรวบรวมความรู้จากแหล่งภายในองค์กร (Internal Collection of Knowledge) ความสามารถในการเรียนรู้ของบุคคลส่วนใหญ่ในองค์กรกลายเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งสำหรับการเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร และการได้มาซึ่งความรู้ต่าง ๆ จากภายในองค์กรสามารถทำได้โดย

- การนำความรู้ที่องค์กรมีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ และมีการแบ่งปันทั่วทั้งองค์กร (Tacit to Explicit)
- ความรู้ที่ได้จากการรวมเข้าด้วยกันและการสังเคราะห์ความรู้ที่มีอยู่ ซึ่งรูปแบบนี้อาจจำกัดอยู่ที่การเน้นสิ่งที่มีอยู่แล้ว (Explicit to Explicit)

- ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นการภายใน โดยที่สมาชิกขององค์กรค้นพบแนวทางได้เองโดยปริยาย ซึ่งมีกิจกรรมมากมายที่องค์กรสามารถดำเนินการเพื่อสร้างความรู้ (Explicit to Tacit)
- การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning)
- การแก้ปัญหายอย่างเป็นระบบ (Systematic Problem Solving)
- การทดลอง (Experimentation) ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจและโอกาสสำหรับการเรียนรู้
- การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Learning from past experience)

การจัดเก็บข้อมูลและการสืบค้นความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval)

ในการจัดการความรู้นั้น องค์กรต้องกำหนดเกี่ยวกับสิ่งสำคัญที่จะเก็บไว้เป็นองค์ความรู้ และจากนั้นต้องพิจารณาถึงวิธีการในการเก็บรักษาและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความต้องการ องค์กรต้องเก็บรักษาสิ่งที่องค์กรเรียกว่าเป็นความรู้ไว้ให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ตลอดจนผลสะท้อนกลับ การวิจัยและการทดลอง การจัดเก็บ (Storage) นั้นเกี่ยวข้องกับด้านเทคนิค เช่น การบันทึกเป็นฐานข้อมูล (Database) หรือการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน รวมทั้งเกี่ยวกับกระบวนการทางมนุษย์ด้วย เช่น การสร้างและการจดจำของปัจเจกบุคคล เป็นต้น

สำหรับการเก็บสะสมความรู้ใน องค์กรควรคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ ได้แก่

- โครงสร้างและการจัดเก็บควรเป็นระบบที่สามารถค้นหาและส่งมอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
- จัดให้มีการจำแนกรายการต่างๆ เช่น ข้อเท็จจริง นโยบาย หรือขั้นตอนการปฏิบัติงานบนพื้นฐานความจำเป็นในการเรียนรู้
- อาศัยการจัดการที่สามารถส่งมอบให้ผู้ใช้อย่างชัดเจน กระชับ ถูกต้อง ทันเวลา และเหมาะสมตามที่ต้องการ

ในการจัดโครงสร้างขององค์ความรู้ องค์กรต้องพิจารณาความแตกต่างของกลุ่มคนที่แตกต่างกันในการสืบค้นข้อมูล ระบบการเก็บข้อมูลความรู้ที่มีประสิทธิผล คือ ต้องจัดหมวดหมู่ตามองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

- ความจำเป็นของการเรียนรู้
- วัตถุประสงค์ของงาน
- ความชำนาญของผู้ใช้

- หน้าที / การใช้สารสนเทศ
- สถานที่ตั้งที่สารสนเทศถูกเก็บไว้

ในส่วนของการสืบค้นความรู้ (Retrieval) เป็นลักษณะของการเข้าถึงสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานต่อไป องค์กรควรทำให้พนักงานทราบถึงช่องทางหรือวิธีการสำหรับการค้นหาความรู้ต่างๆ ทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การทำห้องสมุดจัดเก็บรายชื่อและทักษะของผู้เชี่ยวชาญ การทำสมุดหน้าเหลือง (Yellow Page) ขององค์กร หรือในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น เครือข่ายการทำงานตามระดับชั้น การประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การถ่ายโอนความรู้ในองค์กร

การถ่ายโอนความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization) เรียนรู้ เพราะองค์กรจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อความรู้กระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมทั่ว

การถ่ายโอนและการใช้ประโยชน์จากความรู้ นั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกลไกด้านอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ การเคลื่อนที่ของสารสนเทศและความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้น เป็นไปโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ

การถ่ายโอนความรู้โดยตั้งใจ มีวิธีการต่างๆ เช่น

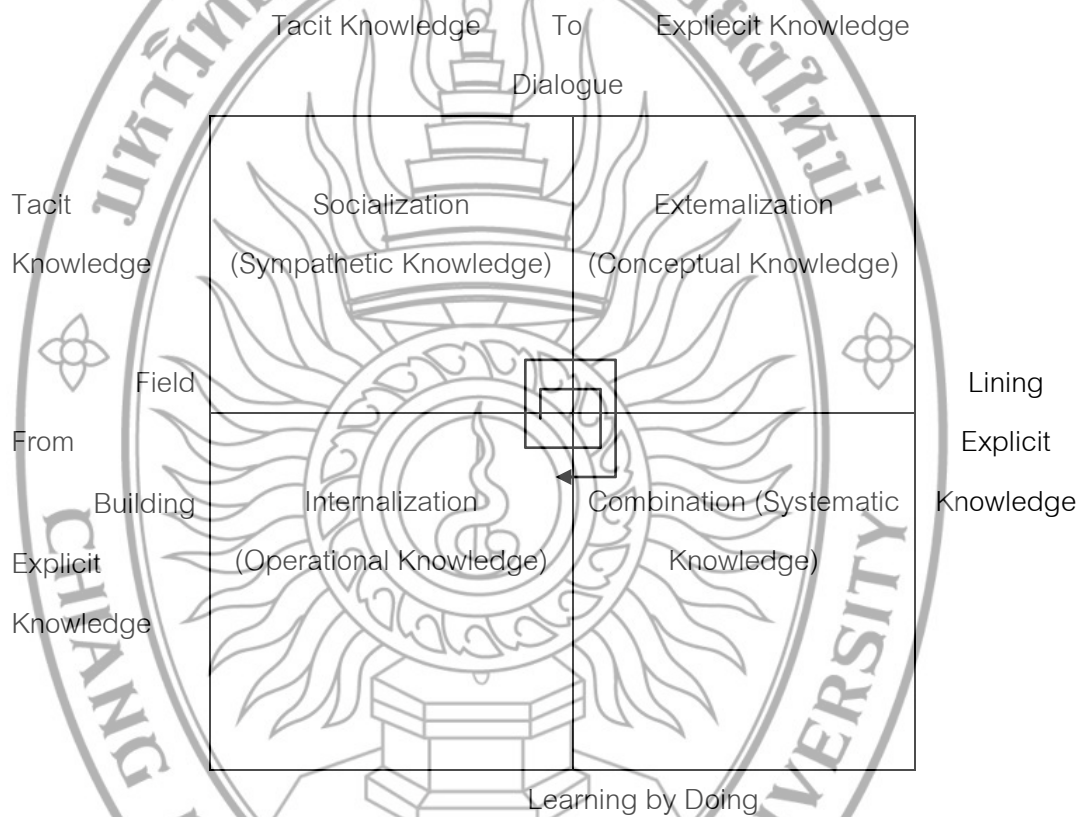
- การสื่อสารกันด้วยการเขียน อาทิ การบันทึก การรายงาน จดหมาย ข่าวประกาศ
- การฝึกอบรม
- การประชุมภายใน
- การสรุปข่าวสาร
- การสื่อสารภายในองค์กร อาทิ วิทยุทัศน์ สิ่งพิมพ์ เครื่องเสียง
- การเยี่ยมชมงานต่างๆ ที่จัดเป็นกลุ่มตามความจำเป็น
- การหมุนเวียน / เปลี่ยนงาน
- ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring)

การถ่ายโอนความรู้โดยไม่ตั้งใจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอาจจะไม่รู้ตัว หรือเป็นการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในหน้าที่ทำเป็นประจำอย่างไม่มีแบบแผน เช่น

- การหมุนเวียนงาน
- การเล่าเรื่องราวต่อๆ กันมา
- คณะทำงาน
- เครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ

การสร้างความรู้ตามแนวคิดของ Nonaka และ Takeuchi

Nonaka และ Takeuchi (1995 : 139 – 150) ได้กล่าวว่า ความรู้ใหม่เริ่มต้นที่ปัจเจกบุคคลเสมอ และจะถูกแปรเปลี่ยนเป็นความรู้ขององค์กร ซึ่งมีประโยชน์ต่อองค์กรทั้งหมด ความรู้ใหม่ขององค์กรนี้ จะเกิดขึ้นจากปฏิริยาระหว่างความรู้ที่ประจักษ์ชัด กับความรู้ที่เป็นนัยในกระบวนการที่ต่อเนื่องเป็นวงจร ซึ่งมีรูปแบบพื้นฐาน 4 ประการ สำหรับการสร้างความรู้ในแต่ละองค์กร ดังนี้



ภาพ 2.3 รูปแบบพื้นฐาน 4 ประการ สำหรับการสร้างความรู้ในแต่ละองค์กร

ขั้นที่ 1 : กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization : From Tacit to Tacit)

ในขั้นตอนนี้ เป็นกระบวนการของการแบ่งปันสถานการณ์ และการสร้างความรู้ที่เป็นนัย โดยมีปัจเจกบุคคลสามารถรับความรู้ที่เป็นนัยได้โดยตรงจากผู้อื่น โดยปราศจากการใช้ภาษา หรือ การพูดคุย กล่าวคือ ปัจเจกบุคคลจะได้รับความรู้ผ่านการดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่น การสังเกตซึ่งกัน และกัน และการอาศัยอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน สิ่งสำคัญของขั้นตอนนี้ คือ “ประสบการณ์ (Experience)” เพราะประสบการณ์จะนำมาซึ่งความรู้ที่เป็นนัย ประสบการณ์อาจเกิดจากการ

สังเกตการลอกเลียนแบบ การฝึกหัดและฝึกฝนจากผู้เชี่ยวชาญ และการลงมือปฏิบัติ เช่น พนักงานใหม่จะเรียนรู้จากพนักงานที่มีประสบการณ์ผ่านการฝึกอบรมแบบ On the job-training ดังนั้น ความรู้สึกถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนนี้จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Sympathetic Knowledge” หรือความรู้ในลักษณะเห็นพ้องต้องกัน

ขั้นที่ 2 : กระบวนการกระจายสู่ภายนอก (Externalization : From Tacit to Explicit)

ระหว่างขั้นตอนนี้ ความรู้ที่เป็นนัยหรือไม่ชัดเจนจะเชื่อมต่อเข้ากับความคิดที่ชัดเจน กลายเป็นความรู้ที่ชัดเจน กล่าวคือ ความรู้ที่ได้มาจากขั้นที่ 1 จะถูกนำมาแสดงให้เห็นในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้กว้างหรือครอบคลุมมากขึ้น ขั้นตอนนี้เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสร้างความรู้ เพราะเป็นขั้นที่ความรู้ที่เป็นนัยถูกทำให้เป็นความรู้ที่ชัดเจน โดยผ่านการอุปมา การเปรียบเทียบการใช้ตัวอย่าง การตั้งสมมติฐาน และการสร้างแนวคิดหรือตัวแบบ ดังนั้น ความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนนี้จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Conceptual Knowledge” หรือความรู้ที่เกี่ยวกับการสร้างความคิดและแนวคิด

ขั้นที่ 3 : การรวมเข้าด้วยกัน (Combination : Explicit to Explicit)

ในขั้นตอนนี้ เป็นกระบวนการของการทำให้ความคิดต่างๆ เป็นระบบ เพื่อให้กลายเป็นความรู้ องค์ความรู้ที่แตกต่างกันของความรู้ที่ชัดเจนจะถูกนำมารวมกัน โดยอาศัยการแลกเปลี่ยนของปัจเจกบุคคลเป็นหลัก ความรู้จะเกิดการรวมตัวกันผ่านสื่อต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเอกสาร การประชุม การพบปะสังสรรค์ การสนทนาทางโทรศัพท์ เครือข่ายการติดต่อสื่อสารทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ดังนั้น ความรู้ใหม่ขององค์กรจึงเกิดขึ้นจากการจัดองค์ประกอบใหม่ของสารสนเทศที่มีอยู่ผ่านการแยกประเภท การเพิ่มเติม การประกอบเข้าด้วยกัน และการจัดหมวดหมู่ของความรู้ที่มีความชัดเจน หรือการรวมส่วนต่างๆ ที่ไม่ต่อเนื่องของความรู้ที่ชัดเจนเข้าด้วยกัน มั่นคง ความรู้ที่ถูกสร้างขึ้น จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Systematic Knowledge” หรือความรู้ที่เป็นระบบ

ขั้นที่ 4 : กระบวนการรวมเข้าสู่ภายใน (Internalization : Explicit to Tacit)

ขั้นตอนนี้ เป็นกระบวนการของการประมวลผลให้ความรู้ที่ประจักษ์ชัดเจนกลายเป็นความรู้ที่เป็นนัย กล่าวคือ ความรู้ที่ชัดเจนจากขั้นที่ 3 จะเปลี่ยนกลับไปเป็นความรู้ที่ไม่ชัดเจนอีกครั้ง เปรียบเทียบได้กับ “การเรียนรู้จากการกระทำ (Learning by doing)” ประสบการณ์ที่ผ่าน

กระบวนการขัดเกลาทางสังคม กระบวนการกระจายสู่ภายนอก และการรวมเข้าด้วยกัน จะถูกรวบรวมเข้าสู่ความที่เป็นนัยของปัจเจกบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งปันได้ และจากประสบการณ์เหล่านั้น ปัจเจกบุคคลจะกลายเป็นสินทรัพย์ที่มีค่า ความรู้ที่ถูกสร้างขึ้น จึงมีลักษณะที่เรียกว่า “Operational Knowledge” หรือความรู้เชิงปฏิบัติการ

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการจัดการความรู้

จากการที่ Thomas H. Davenport และ Laurence Prusak (แปลโดย นิทัศน์ วิเทศ, 2542 : 227 – 228) ได้ศึกษาสังเกตโครงการทั้ง 13 โครงการ และกำหนดดัชนีเบื้องต้นที่ใช้วัดความสำเร็จในการจัดการความรู้ได้ดังต่อไปนี้

- 1) ทรัพยากรที่ใช้กับโครงการเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทั้งในส่วนของบุคลากรและงบประมาณ
- 2) เนื้อหาและการใช้ความรู้เพิ่มปริมาณมากขึ้น เช่น มีเอกสารเพิ่มขึ้น มีการเข้าถึงแหล่งความรู้มากขึ้น มีคนเข้าร่วมจัดทำฐานข้อมูลของการสนทนาเพิ่มมากขึ้น
- 3) โครงการมีแนวโน้มว่าจะอยู่ได้นาน แม้มีบุคลากรเพียงคนเดียวหรือสองคนเท่านั้น หมายความว่า โครงการนี้เป็นการริเริ่มขององค์กร ไม่ใช่โครงการของคนใดคนหนึ่ง
- 4) พนักงานขององค์กรรู้สึกคุ้นเคยกับแนวคิดเรื่อง “ความรู้” และการจัดการความรู้
- 5) มีหลักฐานทางการเงินที่ได้รับตอบแทนมาจากกิจกรรมจัดการความรู้ เป็นผลตอบแทนสำหรับโครงการเองก็ได้ หรือเป็นผลตอบแทนสำหรับองค์กรทั้งองค์กรก็ได้

2.3 การสื่อสารเพื่อชุมชน

คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อชุมชนพอสังเขปสรุปได้ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)
2. ทิศทางการไหลของข้อมูลข่าวสาร (Flow of information) การไหลของ ข่าวสาร ข้อมูลของการสื่อสารเพื่อชุมชนจะมีลักษณะทุกทิศทางทาง ทั้งจากบนสู่ล่างและจาก ข้างล่างสู่ข้างบน และตามแนวนอน กล่าวคือข่าวสารจะไหลจากภาคคนนอกชุมชน ไปสู่ชุมชนและจากชุมชนไปสู่ภายนอกและระหว่างภายในชุมชนเดียวกัน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน

- 3.1 จำแนกตามผู้เกี่ยวข้อง ทั้งระดับชุมชน ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การ

เปลี่ยนแปลงองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา รวมทั้งระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคม วัฒนธรรมโดยส่วนรวม

3.2 จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสารเพื่อให้น้ำหนักจุ่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เพื่อแสดงออกความเป็นตัวตนของชุมชน ความต้องการ และสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชน และเพื่อแสดงความเป็นตัวเองของปัจเจก ในหน่วยย่อยจากชุมชน

4. เป็นการสื่อสารที่ดำเนินการเพื่อสนองความต้องการของประชาชนตามกระบวนการทัศน์ของการพัฒนาในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

5. หน้าที่ของการสื่อสารชุมชนประกอบด้วย

5.1 หน้าที่ทางสังคม (Social Function)

5.2 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function)

5.3 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติ (Control Activation Function)

6. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมกับประโยชน์ในการใช้งานของชุมชน

7. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

8. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในหลายบทบาท อาทิ ผู้วางแผนผลิต ผู้ใช้สื่อ ผู้แสดง

9. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน

10. สื่อชุมชนต้องสามารถปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารเป็นเวทีของการแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนในชุมชน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อชุมชนกับการจัดการความรู้

พิชญา รัตนพล (2540) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือ ของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน” พบว่าคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร รวมทั้งระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเอง และต่อสังคมจากสถานีวิทยุชุมชน ระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสายตาของสมาชิกล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้น

งานวิจัยชิ้นนี้ ชี้ให้เห็นว่า การรวมตัวเป็นกลุ่มสมาชิกของชุมชนก็เพราะสมาชิกมีความคาดหวังผลประโยชน์ และความเชื่อถือจากสถานีวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน เพราะฉะนั้นถ้าหากคนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินรายการ กำหนดเนื้อหาเองจะยิ่งทำให้สถานีวิทยุเพื่อชุมชนเพื่อสังคมจะทำให้มีการสื่อสารของคนในชุมชนด้วย การรวมตัวกันเป็นสมาชิกของสถานีวิทยุเพื่อสังคมจะทำให้มีการสื่อสารผ่านคลื่นวิทยุเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำให้สังคมพัฒนา และเป็นช่องทางในการพึ่งพาอาศัยกัน งานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นแนวทางในการนำผลไปศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตรายการของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) ตลอดจนสถานีอื่นที่มีลักษณะเดียวกันให้มีข้อมูลประกอบการจัดรายการให้ตรงตามความต้องการของผู้รับฟังรายการ และเหมาะสมกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของคนในชุมชน

นาฏยา เสวกแก้ว (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “บทบาทของวิทยุท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ” พบว่า บทบาทที่วิทยุท้องถิ่นกำลังกระทำมากที่สุด ในปัจจุบัน ได้แก่ การนำเสนอข่าวสาร การสร้างจิตสำนึก การให้แนวทางปฏิบัติ การให้ความรู้ ส่วนบทบาทที่กระทำน้อย ได้แก่ การเสนอแนวคิดในการแก้ปัญหา การเป็นเวทีให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ และบทบาทที่ไม่ได้กระทำเลย คือ การเป็นแกนนำในการปฏิบัติและการเฝ้าระวัง สำหรับความคาดหวังของผู้รับสารในท้องถิ่น ต้องการให้วิทยุท้องถิ่นแสดงบทบาทที่กำลังกระทำอยู่ คือ การสร้างจิตสำนึก และการให้ความรู้ให้มากขึ้น การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทของวิทยุท้องถิ่นที่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทของวิทยุท้องถิ่นมีปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายองค์การ ทัศนคติของนักจัดรายการ จำนวนและความถนัดของบุคลากร และงบประมาณ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ แหล่งข่าว/แหล่งข้อมูล และผู้สนับสนุนรายการ ซึ่งผู้ส่งสารมีทัศนะว่า ปัจจัยด้านงบประมาณเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

งานวิจัยชิ้นนี้ ชี้ให้เห็นว่า ในฐานะผู้ส่งสารนั้น การจัดทำรายการวิทยุท้องถิ่น จะต้องมียุติปัจจัยหลายประการที่จะทำให้เห็นว่า บทบาทหน้าที่ที่ผู้ส่งสารพึงกระทำมีอะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการที่จะจัดทำรายการวิทยุให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นมากที่สุด และเหตุปัจจัยใดบ้างที่จะมีส่วนในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาต่อการจัดรายการวิทยุเพื่อท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเหตุปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยภายใน เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินการผลิตรายการวิทยุเพื่อท้องถิ่น งานวิจัยชิ้นนี้ยังแสดงให้เห็นว่าวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันยังไม่ได้เสนอแนวคิดในการแก้ปัญหาให้กับท้องถิ่นเท่าที่ควร และยังไม่เป็นเวทีให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นย้อนกลับ (feedback)

ไศจวิจน์ บุญประดิษฐ์ 2543 วิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนบ้านครัว ลักษณะและปัจจัยที่ชาวชุมชนแสดงออกถึงความรู้สึกผูกพัน ความรู้สึกติดดินและผืนความร่วมมือภายในชุมชน กลยุทธ์การสื่อสารของแกนนำชุมชนในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นในกรณีพิพาทฯ โดยใช้การวิจัยเอกสาร วิจัยภาคสนาม การสังเกตการสัมภาษณ์เจาะลึก และการสนทนากลุ่ม กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยประกอบด้วย คณะทำงานเฉพาะกิจ กรรมการชุมชน และชาวชุมชนบ้านครัวจำนวน 20 คน ผลการวิจัยพบว่า ปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีลักษณะสองทาง แบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ ระดับบุคคล ได้แก่ การทักทาย การพูดคุย ระดับกลุ่ม ได้แก่ การประชุม การพูดคุยของคนกลุ่มต่าง ๆ ระดับชุมชนเป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มหลาย ๆ กลุ่มที่มีความซับซ้อนกัน ลักษณะที่ชาวชุมชนแสดงถึงความรู้สึกผูกพัน ความรู้สึกติดดิน และผืนความร่วมมือต่าง ๆ เช่นกิจกรรมทางศาสนา การเมือง สุขภาพและอนามัย การพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในชุมชน การแข่งขันกีฬา การบริจาค และการประชุม ปัจจัยที่ชาวชุมชนแสดงถึงความผูกพันต่อชุมชน ได้แก่ ความเป็นมุสลิม ลักษณะของกิจกรรม แกนนำริเริ่มกิจกรรม และผลกระทบจากกรณีทางด่วน กลยุทธ์การสื่อสารของแกนนำชุมชนในการจัดการปัญหาได้แก่ การใช้ศาสนาอิสลามในการรวมคนในชุมชน การประสานกลุ่มแกนนำ การจัดการในชุมชน การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร การกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็วภายในชุมชน การใช้สื่อเฉพาะกิจโดยเสนอเรื่องราวจากแนวคิดทางศาสนาอิสลาม ใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย ใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นประเด็นข่าวในระดับประเทศ และการสร้างพันธมิตรภายนอก กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน ได้แก่ การสื่อสารภายในชุมชนซึ่งเกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในชุมชนโดยใช้ "กิจกรรม" ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การใช้หลักศาสนาในการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนและการใช้คนนอก ได้แก่ นักวิชาการและสื่อมวลชนที่ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้เป็นที่แพร่หลายในระดับประเทศ

อรรถธรณ ปิลันธน์โอวาท (2544) ศึกษาเรื่อง "การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนในวิทยุชุมชน จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดระยอง" พบว่า การดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของทั้งสองจังหวัดมีผู้อำนวยการ สวท. และเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตรายการ รวมทั้งประชาชนได้ร่วมกันจัดตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชน และมีคณะกรรมการผลิตรายการอีกชุดหนึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างฝ่ายรัฐและฝ่ายประชาชน โดย

รัฐให้ความช่วยเหลือในด้านอุปกรณ์ ส่วนประชาชนพยายามผลิตรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน รูปแบบเนื้อหาที่น่าสนใจเป็นข่าวสารในท้องถิ่น บริการด้านสาธารณูปโภคและสิ่งแวดล้อม ข่าวสารเกี่ยวกับการกินอยู่ เกษตรกรรม สาธารณสุข การศึกษา วัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยใช้ภาษาถิ่น มีรายการสัมภาษณ์ พยายามให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วยการโทรศัพท์หรือส่งจดหมายเข้ามา

นอกจากการดำเนินงานที่กล่าวข้างต้นแล้ว ความต้องการของประชาชนเรื่องรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชนจังหวัดอุบลราชธานีและระยองที่ได้ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนยังนำมาเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบกับความต้องการของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ได้ว่าเรื่องการจัดรายการ ควรมีการจัดรายการโดยคนหลากหลายอาชีพ เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มพระ รายการควรเป็นเรื่องทำมาหากิน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือเทศกาลในชุมชนของตน รายการควรเป็นเรื่องทำมาหากิน การอนุรักษ์วัฒนธรรม การทนายปัญหาเชิงรางวัล มีเพลงคั่นรายการ เวลาที่เหมาะสมคือเช้าตรู่และช่วงเย็น คือก่อนไปทำงานและหลังงานเลิก รูปแบบรายการควรมีความหลากหลาย เช่น การเสนอข่าว การสนทนากับผู้ฟัง ละคร การสื่อข่าวนอกสถานที่

อรุณีวรรณ นาศรี (2544) ศึกษา "การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมตำบลเที่ยง" โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาพัฒนาการ และปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมตำบลเที่ยง พบว่า พัฒนาการของประชาคมตำบลเที่ยง สามารถแบ่งได้เป็น 4 ระยะ คือ ระยะ " ก่อรูปรวมตัว " ระยะ " รวมพลปั้นแต่งสังคม " ระยะ " เติบโตแพร่พันธุ์ " และระยะ " ปรับตัวเปลี่ยนแปลง " และปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมตำบลเที่ยง ประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของคนตำบลเที่ยง , ปัจจัยด้านลักษณะของเมืองตำบลเที่ยง , ปัจจัยด้านสถานการณ์ที่เหมาะสม , ปัจจัยด้านกลุ่มกิจกรรมทางสังคมก่อนเกิดประชาคมตำบลเที่ยง และปัจจัยด้านบุคคล และพันธมิตรสำคัญ นอกจากนี้พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการดำรงรักษาเครือข่ายประชาคมตำบลเที่ยงมี 4 รูปแบบตามระยะของพัฒนาการ กล่าวคือ ขั้นการก่อรูปรวมตัว ใช้การสื่อสารผ่านพื้นที่สาธารณะ การสื่อสารมวลชน และการจัดเวทีเสวนา ขั้นรวมพลปั้นแต่งสังคม ใช้การสื่อสารผ่านประเด็นร่วมที่น่าสนใจคือประเด็นเมืองน่าอยู่ ส่วนกลไกการ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ใช้วิธีการติดประกาศแผ่นปลิว เสียงตามสายของเทศบาล การสื่อสารเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ใช้สื่อบุคคลเริ่มต้นตามด้วยการส่งจดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ การสื่อสารกลับกลุ่มเป้าหมายที่ตอบรับเข้าร่วมประชุม ใช้วิธีการประชุมร่วมอย่างสม่ำเสมอทั้งการประชุมอย่างเป็นทางการ และการประชุมแบบไม่เป็น

ทางการ การสื่อสารในเวทีรวมพล จะใช้กระบวนการประชุมเพื่อค้นหาอนาคต ส่วน การสื่อสารกับกลุ่มพันธมิตรจะใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารโดยเริ่มจากบุคคลที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพันธมิตร จากนั้นจึงใช้บุคคลที่ได้รับการยอมรับนับถือและมีความน่าเชื่อถือสูง ขึ้นเดิบทแพร่พันธุ์ กลไกการสื่อสารระหว่างประชาคมกับเทศบาล ให้การสื่อสารอย่างเป็นทางการผ่านการเขียนโครงการนำเสนอกิจกรรม กลไกการสื่อสารภายในกลุ่มกิจกรรม ใช้การพูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการที่บ้าน แคนนำกลุ่ม และเทศบาล กลไกการสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรม ใช้การสื่อสารผ่านกลุ่มแกนนำ กลไกการสื่อสารระหว่าง ประชาคมทับเที่ยงกับสังคมภายนอก ใช้จดหมายข่าว และการสื่อสารผ่านเวทีสาธารณะกลไกการสื่อสารของกลุ่ม กิจกรรมกับสังคมภายนอก ใช้สื่อเฉพาะกิจได้แก่ แผ่นพับ โบปปลิว ป้ายประกาศ รถประชาสัมพันธ์ เสียตามสายของ เทศบาล และใช้สื่อมวลชนคือวิทยุ และ ขึ้นปรับตัวเปลี่ยนแปลง ไม่ปรากฏรูปแบบการสื่อสารตามโครงสร้างของประชาคมทับเที่ยงที่จัดตั้งไว้ คงเหลือเพียงการสื่อสารกันด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัว ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารในการขยายเครือข่ายประชาคมทับเที่ยงประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล ,กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม , กลยุทธ์การสื่อสารต่อสาธารณะ และ กลยุทธ์การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

อ้อมทิพย์ เมษวัชรานุรักษ์ และคณะ (2547) ศึกษา “เรื่องบทบาทการสื่อสารในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครองท้องถิ่น” เพื่อประเมินบทบาทของการสื่อสารที่มีส่วนในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงทั้งในฐานะผู้นำหญิง และกลุ่มพลังทางการเมืองในการปกครองท้องถิ่น รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัย เงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง พบว่า บทบาทการสื่อสารที่มีส่วนในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงมีทั้งหมด 13 บทบาท ได้แก่การเป็นช่องทางถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้ การเป็นช่องทางการรับรู้ข่าวสาร การกลั่นกรองข้อมูล การเป็นตัวช่วยในกระบวนการตัดสินใจ การเป็นกลไกในการเร่งกระบวนการพบปะแสดงความเห็น การเป็นตัวเชื่อมต่อการสื่อสารในแนวนอน การเป็นเครื่องมือในการสร้างความโปร่งใส การเป็นเวทีสื่อสารทางความคิด การสร้างการมีส่วนร่วม การแก้ปัญหาความขัดแย้ง การเป็นปากเป็นเสียงให้กลุ่มต่างๆ และผู้ด้อยโอกาสในหมู่บ้าน การรวบรวมความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน และบทบาทในการบริหารความขัดแย้ง โดยบทบาทการสื่อสารทั้ง 13 บทบาท ช่วยเสริมความเข้มแข็งของผู้หญิงใน 3 มิติ ได้แก่ มิติแรกช่วยเสริมความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และการตัดสินใจ มิติที่สองช่วยสร้างพื้นที่ในการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการเข้าไปมีส่วนร่วมด้านการเมืองการปกครองท้องถิ่นของผู้หญิง และมิติที่สามช่วยเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากร ทั้งนี้บทบาทการสื่อสารดังกล่าวเสริมความเข้มแข็งของผู้หญิงมากกว่าผู้หญิงทั่วไป

นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อบทบาทการสื่อสารพบว่ามี 3 ปัจจัย ปัจจัยแรกคือปัจจัยภายนอก ได้แก่ อิทธิพลและพฤติกรรมการทำงานของหน่วยงานภายนอกทั้งรัฐและนักการเมือง ปัจจัยที่สองคือปัจจัยภายในหมู่บ้าน ได้แก่ ความเป็นชุมชน ความสัมพันธ์ของผู้นำรูปแบบการสื่อสารในหมู่บ้าน โครงสร้างทางกายภาพของหมู่บ้านและการมีพื้นที่สาธารณะ และปัจจัยที่สามคือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้นำหญิง ได้แก่ ศักยภาพการสื่อสาร วิธีการทำงาน ลักษณะงาน และพื้นที่การทำงาน การรับรู้และให้ความหมายของผู้นำ ประสบการณ์ทำงาน แรงจูงใจ การมีบทบาทที่หลากหลาย ความเป็นหญิง การทำงานร่วมกับผู้นำชายและความพร้อมของครอบครัว

พระศรีอารียะ ปิยสีโล (วิทยานิพนธ์อิเล็กทรอนิกส์, 2549) ได้ศึกษาเรื่อง “การบริหารและรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงที่เหมาะสมในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาแก่เยาวชนของวิทยุชุมชน วัดสามพราน จังหวัดนครปฐม” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบของแบบสอบถามจากจำนวนตัวอย่าง 300 คน เพื่อสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบของรายการและการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของวัดสามพราน และการวิจัยภาคสนาม ในรูปแบบของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth interview) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง เพื่อทราบถึงการบริหารจัดการของวิทยุชุมชน วัดสามพราน พบว่ามีปัญหาทั้งในด้านโครงสร้างการบริหาร นโยบาย บุคลากรงบประมาณการกระจายเสียง และผังรายการ อันมีผลต่อกระบวนการผลิตรายการเผยแผ่ธรรมะของวัดสามพรานแก่กลุ่มเยาวชน อาทิปัญหาด้านผู้จัดรายการซึ่งมีไม่เพียงพอ หรือที่มีอยู่ก็ขาดความรู้ในเรื่องของธรรมะ จึงทำให้ขาดความต่อเนื่องในการออกอากาศ ขาดความเข้าใจใส่ ขาดทักษะ เทคนิคลีลาในการพูด ขาดประสบการณ์และความรู้ในข้อมูลข่าวสารทางโลก ในส่วนปัญหาด้านเนื้อหาของรายการนั้นพบว่า เนื้อหาธรรมะส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการปฏิบัติธรรม รักษาศีล เจริญจิตภาวนา ซึ่งเป็นเนื้อหาธรรมะที่หนัก และลึกซึ้ง ทำให้ไม่เหมาะสมแก่เยาวชน ส่วนปัญหาด้านระยะเวลาในการออกอากาศนั้นพบว่านานเกินไป ทำให้เยาวชนเกิดความเบื่อหน่าย รวมถึงช่วงเวลาในการออกอากาศก็ไม่ตรงกับเวลาว่างของเยาวชน สำหรับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับเรื่องรูปแบบรายการธรรมะที่เหมาะสมกับเยาวชนนั้น พบว่า รูปแบบรายการที่เหมาะสม คือรายการเพลง รายการสนทนาปัญหาเยาวชน และ รายการละครที่สอดแทรกธรรมะ ศีลธรรม คุณธรรม และคติเตือนใจ เนื่องจากเป็นรูปแบบที่เยาวชนให้ความสนใจ ส่วนผู้จัดรายการนั้นจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความประพฤติดีเป็นแบบอย่าง มีมนุษยสัมพันธ์ มีความรู้ดีในเรื่องธรรมะ ใช้ภาษาถูกต้อง สุกภาพเรียบร้อย น้ำเสียงไพเราะ นุ่มนวล ชัดเจน มีเทคนิคและลีลาในการจัดรายการธรรมะให้สนุกสนาน เนื้อหารายการควรเป็นธรรมะที่สั้นและเข้าใจง่าย ควรเปิดโอกาสให้มีการตอบปัญหาธรรมะในรายการต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับระยะเวลาในการออกอากาศที่เหมาะสม คือ

๓๐ นาที ในวันหยุดหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา คือ ช่วงเวลา 15.00-20.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ คือ ช่วงเวลา 18.00-20.00 น

บุษบา หินเภาว (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชนตำบลห้วยรอด อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” โดยมุ่งเน้นการศึกษาริบทของชุมชน ทักษะคิดและพฤติกรรมของคนในตำบลห้วยรอด อำเภอเมือง จ.พิษณุโลก ที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารและเนื้อหารายการวิทยุชุมชน การกำหนดรูปแบบรายการและเนื้อหา วิธีการดำเนินงานและกระบวนการบริหารงานอย่างมีส่วนร่วม ในรายการวิทยุชุมชน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) และการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผลการศึกษา พบว่า สภาพสังคมของตำบลห้วยรอดส่วนใหญ่เป็นสังคมแบบชนบท ยกเว้นบางชุมชนที่มีอาณาเขตติดต่อกับชุมชนเมือง ผู้รับฟังรายการวิทยุชุมชนส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 50 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และส่วนมากจะฟังวิทยุชุมชนในช่วงเย็นเวลา 17.00 น. โดยประชาชนตำบลห้วยรอด มีความเห็นว่า วิทยุชุมชนมีประโยชน์ในการให้บริการแก่ชุมชน ทั้งความรู้ ข่าวสาร และข่าวประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีลักษณะการจัดรายการเป็นการพูดคุยสลับกับการเปิดเพลง โดยมีปัจจัยในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุชุมชน จากผู้ฟังรายการ ผู้จัดรายการ หน่วยงานต้นสังกัดของผู้จัดรายการ คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนตำบลห้วยรอด จึงไม่มีรูปแบบของรายการแบบตายตัว สามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมและความต้องการของคนในชุมชน มีคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนที่มาจากคนในชุมชนและเป็นตัวแทนของชาวบ้านในการสะท้อนความรู้สึกนึกคิดและความต้องการข่าวสารที่แท้จริงของผู้ฟัง