แนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ จังหวัดนครปฐม
A participatory knowledge management approach for pomelo growers in Changwat Nakhon Pathom

วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย* ธงชัย พงษ์สิทธิกาญจนา พงษ์สันติ์ ตันหยง
นรุตม์ โตโพธิ์ไทย และชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
**mbakru1@gmail.com*

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาในการประกอบกิจการ ส้มโอ และการจัดการความรู้ของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอนครปฐม 2) ศึกษาแนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ นครปฐม ตัวอย่างจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ปลูกส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 20 คน และ 2) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง

ผลการศึกษาพบว่า

สภาพปัญหาของการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมมีดังนี้ 1) วิธีการปลูกส้มโอได้มาจากการสืบทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น โดยไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้น 2) การพัฒนาและการเรียนรู้คิดค้นวิธี เป็นแบบการลองผิดลองถูก และ 3) การแลกเปลี่ยนความรู้มีในวงแคบ เฉพาะในกลุ่มเครือญาติเท่านั้น

แนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ มีดังนี้ 1) ต้องกระจายความรู้ และประสบการณ์ให้เผยแพร่ไปทั้งกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อผลประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อวงการเพาะปลูกส้มโอในจังหวัดนครปฐมต่อไป 2) การกระจายความรู้ต้องมีแบบแผนในการบันทึกให้เป็นลายลักษณ์ เพื่อปรับเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้งคืนกลับไปสู่ผู้ที่สนใจให้เป็นความรู้คงอยู่สืบไป

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ การมีส่วนร่วม ส้มโอ

Abstract

This research aims to 1) Study on problems of pomelo business and knowledge management of pomelo growers in Changwat Nakhon Pathom 2) Study on participatory knowledge management approach of pomelo growers in Changwat Nakhon Pathom. The sample is divided into 2 groups: 1) the pomelo growers in Changwat Nakhon pathom 20 persons 2) group of people involved with pomelo in Changwat Nakhon Pathom 10 persons with a purposive selection.

งานวิจัยได้รับการสนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

The study found that

The problems of participatory knowledge management are as follows. 1) How to grow pomelo has inherited from his ancestors from generation to generation. Without improved. 2) development and learning ways was trial and error. 3) exchanging knowledge in a narrow and among relatives only

The participatory knowledge management approach of pomelo growers is as follows. 1) To spread Knowledge Experience and availability to the farmers. And those who have a vested interest Sustainable benefits to the pomelo crop circles in Nakhon Pathom next. 2) To Distribution pattern knowledge required to make a written record to modify into explicit knowledge back to those who are interested to know the future remain.

Keywords: knowledge management, participation, pomelo

1. บทนำ

ในโลกปัจจุบันถือได้ว่าเป็นยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) เป็นเศรษฐกิจที่อาศัยการสร้าง การกระจาย และการใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ทำให้เกิดการเติบโต สร้างความมั่งคั่งและสร้างงานในอุตสาหกรรมทุกรูปแบบ (OECD, 1996) การที่องค์การหรือธุรกิจจะอยู่รอดในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ได้นั้น จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจากการแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-based competition) เป็นการแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็ว (Speed –based competition) ต้องสร้างความได้เปรียบด้านการผลิตโดยอาศัยสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ เทคโนโลยี มากขึ้นกว่าการใช้สินทรัพย์ที่จับต้องได้ เช่น อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์สำนักงาน นอกจากนี้ยังต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มากกว่าการใช้ทุน และให้ความสำคัญกับลูกค้ามากกว่าการมุ่งเน้นที่การผลิต ในแง่ของสังคมก็เฉกเช่นเดียวกัน วิจารณ์ พานิช (2548) ได้ชี้ให้เห็นว่าทุกสังคมจะต้องมีความสามารถในการนำความรู้มาสร้างนวัตกรรมสำหรับใช้เป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมความรู้และนวัตกรรมที่สร้างขึ้นนั้นจะต้องก่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนต่างๆ ที่มีความแตกต่างหลากหลายอย่างทั่วถึงและขับเคลื่อนทั้งเศรษฐกิจเพื่อการแข่งขันและเศรษฐกิจพอเพียงอย่างสมดุล ดังนั้นสังคมไทยจะต้องพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมจากความรู้เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและเป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift หรือ Mindset Change) ของทั้งสังคมสังคมไทยจึงจะอยู่รอดได้จากสภาพบีบคั้นรอบด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพบีบคั้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ (สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม 2546 : ออนไลน์) จากความสำคัญข้างต้นจึงพบว่าความรู้เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการพัฒนาประเทศหลายด้านไม่ว่าจะเป็นด้านสังคมหรือเศรษฐกิจล้วนแต่ต้องใช้ความรู้ทั้งสิ้น

จากคำขวัญของจังหวัดนครปฐมที่ว่า “ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งาม ล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า” จะเห็นได้ว่า จังหวัดนครปฐม ให้ความสำคัญกับส้มโอ เพราะส้มโอจัดเป็นผลไม้เศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดและประเทศไทยที่มีศักยภาพสูงในการส่งออกไปตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน ฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย แคนาดา และฝรั่งเศส เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีรสชาติเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างประเทศ และยังสามารถเก็บรักษาได้นาน (เนชั่น บล็อก 2555 ออนไลน์) พื้นที่การปลูกส้มโอในประเทศไทย จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการเกษตร ในปี 2553 มีพื้นที่ประมาณ 79,949 ไร่ ให้ผลผลิตรวม 173,634 ตัน มีพื้นที่ให้ผลต่อไร่ที่ 66,634 บาท มีต้นทุนการผลิต (บาท/ตัน) อยู่ที่ 6,864 บาท (กรมส่งเสริมการเกษตร 2559. ออนไลน์) โดยพื้นที่ปลูกส้มโอที่มีศักยภาพแห่งหนึ่งของประเทศไทยอยู่ในเขตลุ่มแม่น้ำ นครชัยศรี-แม่กลอง ครอบคลุมจังหวัดนครปฐม และสมุทรสงคราม

(กรมส่งเสริมการเกษตร 2557. ออนไลน์) นอกจากนี้ ยังมีแหล่งที่สำคัญอีกคือ จังหวัดชัยนาท ที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศคือ ส่งไปในงานโอลิมปิค ที่ประเทศจีน และที่ จังวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งผลิตส้มโอเพื่อส่งออกที่สำคัญของประเทศ

การผลิตส้มโอให้มีคุณภาพนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของตัวสินค้า จากงานวิจัยด้านส้มโอ ของ สมพร ณ นคร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในเขตลุ่มน้ำปากพนังเพื่อการผลิตส้มโอให้มีคุณภาพ นั้น พบว่าการผลิตส้มโอไม่ได้มาตรฐาน เนื่องจากขาดความรู้ทางวิชาการ ขาดการเชื่อมโยงของกลุ่มเกษตรกร ทั้งระดับกลุ่มย่อย ระดับตำบล ระดับอำเภอและจังหวัด ขาดการร่วมมือและขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน จึงทำให้มีเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในลุ่มแม่น้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชอีกจำนวนมากยังผลิตส้มโอไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาส้มโอของจังหวัดนครปฐม ที่ได้มีการพัฒนาโจทย์วิจัย เรื่องโครงการบูรณาการนวัตกรรมการวิจัยส้มโอเพื่อพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐม เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2557 ณ ห้องลีลาวดี ชั้น 5 สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สรุปได้ว่า ปัญหามาจากการที่ผู้เพาะปลูกไม่มั่นใจในนโยบายของภาครัฐในเรื่องการบริหารจัดการน้ำ การรักษาพื้นที่เพาะปลูกส้มโอเพราะนายทุนซื้อที่ดินไปประกอบกิจการอื่นที่ให้ผลได้รวดเร็วกว่า รวมถึงการขาดการรวมกลุ่มและแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ และขาดการเชื่อมโยงความรู้ที่มีของกลุ่มผู้ปลูกส้มโอด้วยกัน ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจในประเด็นในเรื่องของการจัดการความรู้

การจัดการความรู้ไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นใหม่แต่อย่างใดเพียงแต่วิธีการจัดการความรู้แบบเก่าไม่สามารถนำมาตอบสนองความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรุนแรงและรวดเร็วในโลกของธุรกิจปัจจุบันเนื่องจากการจัดการองค์ความรู้ในอดีตเป็นการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาที่มีอยู่จากรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งโดยวิธีธรรมชาติเช่น การพูดคุย สั่งสอน สังเกต จดจำ ซึ่งวิธีดังกล่าวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ช้า และไม่ทั่วถึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันทางธุรกิจในยุคปัจจุบันได้อย่างยั่งยืน แต่การนำการจัดการความรู้สมัยใหม่โดยอาศัยขีดความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุน มีส่วนช่วยให้เกิดการปรับปรุงความเร็ว และความสามารถในการบูรณาการ องค์ความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจได้ในระยะยาว (ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร และ กุมารี ลาภอาภรณ์ 2559 : 217)

จากความสำคัญในเรื่องการจัดการความรู้ดังกล่าวผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอนครปฐม โดยมุ่งเน้นการใช้แนวคิดทฤษฎีการจัดการความรู้ตามแนวคิดของ สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบราชการ (2557 : ออนไลน์) มาบูรณาการร่วมกับแนวคิดการจัดการความรู้ SECI ของ Nonaka and Takeuchi (1995) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วม ก่อให้เกิดการพัฒนาการอย่างยั่งยืนเพื่อรักษาองค์ความรู้เกี่ยวกับส้มโอไว้เป็นฐานในการสืบค้นของคนที่สนใจในรุ่นต่อไป

2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาในการประกอบกิจการ ส้มโอ และการจัดการความรู้ของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอนครปฐม
2. ศึกษาแนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ นครปฐม

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการค้นหาองค์ความรู้ด้านรูปแบบการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอนครปฐมตามแนวคิด SECI Model ของ Nonaka and Takeuchi (1995) โดยบูรณาการจากความหมายของการจัดการความรู้ ซึ่งหมายถึงข้อมูลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่มาจากการดำเนินการ เป็นการกระทำของมนุษย์หรือปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งองค์การธุรกิจจะต้องมีวิธีการจัดเก็บข้อมูลอันเป็นผลของการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยใช้สารสนเทศเป็นฐานในการสร้างให้เกิดการคิดและการตัดสินใจ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว องค์การธุรกิจควรที่จะต้องพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ทั้งนี้องค์การธุรกิจจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ โดยให้ความสำคัญของบุคคลที่เป็นผู้สร้างและใช้ความรู้

มากขึ้น (Knowledge Worker) เพื่อทำให้รูปแบบ ของการแข่งขันทางธุรกิจเป็นการแข่งขันในระดับสากล ส่งผลให้เกิดการสร้างนวัตกรรมและความรู้ ใหม่โดยผ่านกระบวนการของการจัดการความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเน้นการผลิตเพื่อลูกค้า (Mass Customization) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่สลับซับซ้อนมากขึ้นและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Furlong 2001 : 1-2 ; Lamb 2001 : 24-26)

การจัดการความรู้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนสู่คน และคนสู่ข้อมูลข่าวสารในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งหมายถึงกระบวนการที่เป็นเครื่องมือที่เพิ่มมูลค่าของกิจการองค์การ กลุ่มคน หรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลหรือองค์การอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูลสารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์การจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์การอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์การ (วิจารณ์ พานิช, 2548; Anantatmula 2004)

ความรู้จึงนับเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรม ส่งผลทำให้บุคลากรมีค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลง อาทิ งานไร้ทักษะเปลี่ยนเป็นงานที่ต้องใช้ความรู้ งานซ้ำซากเปลี่ยนเป็นงานสร้างสรรค์ อำนาจของผู้บริหารเปลี่ยนเป็นอำนาจของลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นความรู้จึงเป็นสิ่งที่ควรจะต้องดำเนินการกันอย่างต่อเนื่อง และต้องได้รับการพัฒนาการกันอย่างเป็นระบบ (นิทัศน์ วิเทศ 2542 : 28) ทั้งนี้เพราะความรู้เป็นปัจจัยที่สามารถจะเชื่อมองค์การธุรกิจให้เป็นหนึ่งเดียว และขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายและภารกิจได้ สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง ความสามารถในการจัดการเกี่ยวกับกระบวนการภายในองค์การธุรกิจที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์การธุรกิจ โดยอาศัยความรู้ทั้งในเรื่องของการสรรหาความรู้ที่ถูกต้องสำหรับบุคคลที่เหมาะสม การจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบและการแบ่งปันความรู้ตามความเหมาะสม เพื่อช่วยให้องค์การธุรกิจพัฒนา และปรับปรุงความสามารถในการดำเนินงาน การจัดการความรู้เป็นวงจรที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการการพัฒนาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า (Developing Data Base) โดยทำความเข้าใจแนวโน้มของลูกค้า (Understanding and Persuading) ด้วยการศึกษาข้อมูลจาก จุดให้บริการเกี่ยวกับความต้องการความพึงพอใจและรสนิยมของลูกค้า ทำให้เกิดการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยมีเป้าหมายร่วมกัน ก็คือ การนำองค์ความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนางาน และพัฒนาคนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ สรุปว่า การจัดการความรู้ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนสู่คน และคนสู่ข้อมูลข่าวสาร โดยการประมวล สังเคราะห์ และจำแนกแยกแยะสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่การตีความและทำความเข้าใจกับสารสนเทศเหล่านั้นจนกลายเป็นความรู้ ซึ่งความรู้นี้ครอบคลุมทั้งส่วนของความรู้ที่ฝังลึก (tacit knowledge) ที่ซ่อนอยู่ในความคิดของบุคลากร และฝังตัวอยู่ในองค์การกับความรู้แบบชัดแจ้ง (explicit knowledge) ที่ปรากฏในเอกสารบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ขององค์การ การจัดการความรู้ทั้งสองประเภทนี้ให้เป็นระบบ ด้วยกระบวนการในการสร้างความรู้ใหม่ การแลกเปลี่ยนความรู้ และการถ่ายโอนความรู้ เพื่อการพัฒนาองค์การอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถสร้างเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ได้ดังนี้

1.การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ Socialization S: Tacit to Tacit สัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ปลูกส้มโอและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาพิจารณาร่วมกับสิ่งที่คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม	**2.การสกัดความรู้ออกจากตัวคน** Externalization E: Tacit to Explicit สรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นปัญหา และยกร่าง ตัวแบบออกมาให้อยู่ในรูปหนังสือคู่มือ
4.การผนึกฝังความรู้ Internalization I : Explicit to Tacit เผยแพร่คู่มือสู่ผู้ที่สนใจ ทำการประเมินผลถึงประโยชน์ของหนังสือคู่มือ หลังจากแจกไปแล้ว 1 เดือน	**3.การควบรวมความรู้** Combination C: Explicit to Explicit จัดส่งผลสรุปเบื้องต้น และนัดประชุมนักวิชาการ ทำการสนทนากลุ่ม เพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจน ก่อนจะตีพิมพ์เผยแพร่คู่มือ เพื่อทดลองนำไปใช้

รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ จังหวัดนครปฐม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตอบคำถามวิจัย 2 ข้อ และมีการวิจัยเชิงสำรวจ หลัง เผยแพร่คู่มือสู่ผู้ที่สนใจ ประเมินผลถึงประโยชน์ของหนังสือคู่มือ หลังจากแจกไปแล้ว 1 เดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 สภาพปัญหา และการจัดการความรู้ในการประกอบกิจการส้มโอจังหวัดนครปฐม มีอะไรบ้าง

กลุ่มเป้าหมาย (Key Informant) ที่ศึกษาในการวิจัย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ปลูกส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม
2. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม

ผู้ให้ข้อมูลหลัก การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ปลูกส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 20 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเจาะจง (purposive selection) กำหนดเกณฑ์ให้เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ในการปลูกส้มโอไม่น้อยกว่า 10 ปี และยินดีที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึก
2. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเจาะจง (purposive selection) กำหนดเกณฑ์ให้เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเป็นนักวิชาการที่มีความรู้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการความรู้ ซึ่งจะต้องมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี นอกจากนี้อาจจะเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรายอื่น ๆ อาทิ นักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน โดยกำหนดว่ากลุ่มตัวอย่างต้องมีเวลา และยินดีที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึก

คำถามวิจัยข้อที่ 2 แนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ นครปฐม ทางด้านการจัดการ เพื่อการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนประกอบไปด้วยอะไร

กลุ่มเป้าหมาย (Key Informant) ที่ศึกษาในการวิจัย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ปลูกส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม
2. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม

1. กลุ่มผู้ปลูกส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 20 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเจาะจง (purposive selection) กำหนดเกณฑ์ให้เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ความรู้ในการปลูกส้มโอไม่น้อยกว่า 10 ปี และยินดีที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึก (ชุดเดิมจากการสัมภาษณ์เจาะลึก)

2. กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม จำนวน 10 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยวิธีเจาะจง (purposive selection) กำหนดเกณฑ์ให้เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต้องเป็นนักวิชาการที่มีความรู้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการความรู้ ซึ่งจะต้องมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี นอกจากนี้อาจจะเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรายอื่น ๆ อาทิ นักวิชาการ ปราชญ์ชาวบ้าน โดยกำหนดว่ากลุ่มตัวอย่างต้องมีเวลา และยินดีที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึก (ชุดเดิมจากการสัมภาษณ์เจาะลึก)

การทดสอบคุณภาพของคู่มือ แจกให้กับกลุ่มเกษตรกรในตลาดสี่มุมเมืองจำนวน 400 ราย มีการทำการวิเคราะห์สถิติ เพื่อติดตามผล หลังจากแจกคู่มือไปแล้ว 1 เดือน ด้วยแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง เครื่องมือผ่านการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) พิจารณาว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลาต่างสถานที่และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ จากกลุ่มที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 5 ราย

แบบสอบถามประกอบไปด้วยสองส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของคู่มือ เป็นแบบสอบถามเป็นมาตรส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 2 ข้อโดยเกณฑ์การประเมินค่านั้น ใช้มาตรส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยการพิจารณา การแปลผลแบบสอบถามในแต่ละส่วน ใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนตามวิธีการคำนวณ ซึ่งใช้สูตรการคำนวณความกว้างของ อันตรภาคชั้น

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ก่อนจะนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้จริง ในส่วน แบบสอบถามประเมินคุณภาพของคู่มือ แจกกับตัวอย่างคือ กลุ่มเกษตรกรในตลาดสี่มุมเมืองจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่ทราบประชากร (Cochran 1953) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) แบบสอบถามมีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ราย ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการประเมิน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยซักถามในประเด็นต่าง ๆ เพื่อค้นหาความรู้ที่จำเป็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพส้มโอ และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง โดยให้กลุ่มเป้าหมายมีอิสระในการตอบคำถาม ถือเป็นขั้น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) S : Tacit to Tacitระหว่างคณะผู้วิจัย กับผู้รู้ที่เกี่ยวข้องกับส้มโอ

2. นำบทสัมภาษณ์ที่ได้จากการอัดเสียงซึ่งถือเป็น ความรู้ที่อยู่ภายใน หรือความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ร่วมกับองค์ความรู้ที่คณะวิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ทำการสรุปผล หาประเด็นที่ยังไม่ชัดเจนเพื่อนัดทำการสัมภาษณ์เจาะลึกซ้ำ จนกว่าจะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยจะทำการประชุมระดมสมอง ระหว่างทีมผู้วิจัยเพื่อยกร่าง รูปแบบการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอนครปฐม ออกมาอยู่ในรูปเอกสาร ถือเป็นสร้างความรู้ที่มีความชัดแจ้ง (Explicit) มากยิ่งขึ้น และถือเป็นขั้น การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) E : Tacit to Explicit เพื่อให้ความรู้ฝังลึกจะถูกพัฒนาให้ตกผลึกและถูกกลั่นกรองแล้วนำไปสู่การแบ่งปันเปลี่ยนเป็นฐานความรู้ใหม่

3. ทำบทสรุปที่ได้จากการยกร่างเบื้องต้นส่งไปให้ กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าร่วมประชุมสนทนากลุ่ม โดยจัดสรุปประเด็นสำคัญให้ทราบ แล้วนัดหมายให้จัดการประชุมเพื่อสนทนากลุ่ม (Focus group) กลุ่มผู้ปลูก ส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม ร่วมกับ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับส้มโอจังหวัดนครปฐม เพื่อสรุปผลสุดท้ายให้ได้รูปแบบการจัดการความรู้ของส้มโอนครปฐมที่มีความชัดเจน ครบทุกมิติ ถือเป็นขั้น การควบรวมความรู้ (Combination) C : Explicit to Explicit เน้นความสัมพันธ์การรวมกันของความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ที่ผ่านการจัดระบบ และบูรณาการความรู้ที่ต่างรูปแบบเข้าด้วยกัน

4. ขั้นตีพิมพ์เผยแพร่ ผลการวิจัยเกี่ยวกับสภาพปัญหาในการจัดการความรู้ของส้มโอนครปฐม และรูปแบบของการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วม ของส้มโอสำหรับนครปฐมถือเป็นขั้นนำร่องขอ การผนึกฝังความรู้ (Internalization) I : Explicit to Tacit โดยมุ่งความสัมพันธ์ภายในที่มีการส่งต่อความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) สู่ความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) แล้วมีการนำไปใช้ในระดับบุคคล ครอบคลุมการเรียนรู้และลงมือทำ หลังจากนั้นจะทำการติดตามผลเพื่อประเมินคุณภาพของคู่มือ จากกลุ่มเกษตรกรในตลาดสี่มุมเมือง

สถิติที่ใช้ในการประเมินจะใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าร้อยละสำหรับคุณลักษณะส่วนบุคคล และการประเมินคุณภาพของคู่มือด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาของการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมมีดังนี้ (1) วิธีการปลูกส้มโอได้มาจากการสืบทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น โดยไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้น (2) การพัฒนาและการเรียนรู้คิดค้นวิธี เป็นแบบการลองผิดลองถูก และ (3) การแลกเปลี่ยนความรู้มีในวงแคบ เฉพาะในหมู่เครือญาติเท่านั้น

2. แนวทางการสร้างรูปแบบมีดังนี้ (1) ต้องกระจายความรู้ และประสบการณ์ให้เผยแพร่ไปทั้งกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อผลประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อวงการเพาะปลูกส้มโอในจังหวัดนครปฐมต่อไป (2) การกระจายความรู้ต้องแบบแผนในการบันทึกให้เป็นลายลักษณ์ เพื่อปรับเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้งคืนกลับไปสู่ผู้ที่สนใจให้เป็นความรู้คงอยู่สืบไป

3. ผลการประเมินคู่มือ รูปแบบจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอจังหวัดนครปฐม จากกลุ่มเกษตรกรตลาดสี่มุมเมือง ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่าผู้ประเมินคู่มือส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.33) และเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 43.67) ผู้ประเมินมีส่วนใหญ่มีอายุที่ 30-40 ปี (ร้อยละ 40.19) ในลำดับถัดไปคือ ต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 34.81) 40-50 ปี (ร้อยละ 16.46) และ 50 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 8.54) ตามลำดับ

4. ผลการประเมินคู่มือ รูปแบบจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอจังหวัดนครปฐม พบว่ากลุ่มเกษตรกรตลาดสี่มุมเมืองประเมินให้ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงความสำคัญในสามลำดับแรกพบว่าข้อที่ได้รับประเมินสามลำดับแรกได้แก่ เนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.79) การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.73) และความรู้ความเข้าใจที่ท่านได้รับจากหนังสือคู่มือ (Mean = 3.69) ตามลำดับ พิจารณาตารางที่ 1 ประกอบ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคู่มือ รูปแบบจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอจังหวัดนครปฐม

ประเด็นที่ประเมิน	Mean	SD.	ผลกรประเมิน	ความสำคัญอันดับที่
1. การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม	3.73	0.75	มาก	2
2. คู่มือมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์ ในการปรับใช้ในการทำงาน	3.60	0.85	มาก	6
3. ความรู้ความเข้าใจที่ท่านได้รับจากหนังสือคู่มือ	3.69	0.83	มาก	3
4. เนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน	3.79	0.79	มาก	1
5. เนื้อหาภายในคู่มือมีความน่าสนใจ และทันสมัย	3.67	0.82	มาก	4
6. ความพึงพอใจในภาพรวมของท่านที่มีต่อหนังสือคู่มือ	3.52	0.84	มาก	7
7. หนังสือคู่มือดังกล่าวน่าจะมีประโยชน์หากมีการเผยแพร่ออกไป	3.67	0.79	มาก	4

5. ผลการประเมินคู่มือ รูปแบบจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอ จังหวัดนครปฐมจำแนกตามเพศพบว่า ผู้ประเมินเพศหญิงจะให้คะแนนประเมินสูงกว่าเพศชายในทุกหัวข้อ เมื่อพิจารณาจำแนกตามเพศ สำหรับผู้ประเมินชายจะให้คะแนนในสามลำดับแรกในเรื่อง เนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.70) การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.66) และหนังสือคู่มือดังกล่าวน่าจะมีประโยชน์หากมีการเผยแพร่ออกไป (Mean = 3.64) ตามลำดับ ขณะที่ผู้ประเมินที่เป็นเพศหญิงจะประเมินในด้านเนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.92) ความรู้ความเข้าใจที่ท่านได้รับจากหนังสือคู่มือ (Mean = 3.87) และ การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.82) ตามลำดับ

6. ผลการประเมินคู่มือ รูปแบบจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอจังหวัดนครปฐมจำแนกตามอายุพบว่า ผู้ประเมินที่มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี จะให้คะแนนประเมินสูงกว่าทุกช่วงอายุ ในทุกหัวข้อ

6.1 เมื่อพิจารณาแยกตามช่วงอายุ พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จะให้ความสำคัญกับ เนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.75) การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.65) และหนังสือคู่มือดังกล่าวน่าจะมีประโยชน์หากมีการเผยแพร่ออกไป (Mean = 3.63) ตามลำดับ

6.2 อายุ 30-40 ปี จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.94) การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.82) และความรู้ความเข้าใจที่ท่านได้รับจากหนังสือคู่มือ (Mean = 3.82) ตามลำดับ

6.3 อายุ 40-50 ปี จะให้ความสำคัญกับการจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.75) หนังสือคู่มือดังกล่าวน่าจะมีประโยชน์หากมีการเผยแพร่ออกไป (Mean = 3.67) และความรู้ความเข้าใจที่ท่าน ได้รับจากหนังสือคู่มือ (Mean = 3.63) ตามลำดับ

6.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาภายในคู่มือตรงกับความต้องการของท่าน (Mean = 3.67) การจัดรูปเล่มมีขนาดเหมาะสม สวยงาม (Mean = 3.59) เนื้อหาภายในคู่มือมีความน่าสนใจ และทันสมัย (Mean = 3.59) และความรู้ความเข้าใจที่ท่านได้รับจากหนังสือคู่มือ (Mean = 3.59) ตามลำดับ

6. อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการประกอบกิจการ ส้มโอ และการจัดการความรู้ของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าสภาพปัญหาของการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมมีดังนี้

(1) วิธีการปลูกส้มโอได้มาจากการสืบทอดของบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น โดยไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้น (2) การพัฒนาและการเรียนรู้คิดค้นวิธี เป็นแบบการลองผิดลองถูก และ (3) การแลกเปลี่ยนความรู้มีในวงแคบ เฉพาะในหมู่เครือญาติเท่านั้น

จากปัญหาดังกล่าวจะทำให้องค์ความรู้ในด้านการจัดการความรู้ขาดการถ่ายทอดในการเรียนรู้เพราะความรู้จะอยู่เพียงแต่ในช่วง Socialization เท่านั้น ซึ่งเป็นขั้นตอนแรกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการสร้าง Tacit knowledge จาก Tacit knowledge ของมนุษย์ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรงที่แต่ละคนมีอยู่ ซึ่งอาจมีการสูญหายไปได้เมื่อกาลเวลาผ่านไป (บุญดี บุญญากิจ และคณะ 2549) โดยนัยยะนี้ เป็นเพราะความเป็นโลกาภิวัตน์ ทำให้อาชีพของคนในรุ่นต่อรุ่นแตกต่างกัน เมื่อจำนวนที่ดินในการปลูกส้มโอมีน้อยลง จากการจัดสรรที่ดินให้บุตรหลาน ประกอบกับปัญหาเรื่องน้ำท่วมในจังหวัดนครปฐมที่ผ่านมา ทำให้แนวโน้มของการส่งผ่านความรู้ยิ่งยากขึ้น ดังนั้นการผลักดันให้การถ่ายทอดความรู้ข้ามไปถึงขั้น Externalization น่าจะทำได้ยากขึ้น หากไม่มีการอนุรักษ์ไว้ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ องค์ความรู้เรื่องการประกอบกิจการ ส้มโอ และการจัดการความรู้ของส้มโอนครปฐม ก็น่าจะสูญหายไปได้ในอนาคต ดังนั้นการพยายามเข้าไปมีส่วนร่วมจากทางอาจารย์มหาวิทยาลัย ร่วมกับหน่วยงานที่ให้ความสนใจ การพยายามผลักดันองค์ความรู้ดังกล่าวออกมาเป็นคู่มือ เพื่อถ่ายทอดต่อ น่าจะเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาปัญหาการจัดการความรู้ดังกล่าวได้ ดังที่ Hislop (2009) ได้เสนอไว้ว่า เมื่อมีสมาชิกใหม่เกิดขึ้น จำเป็นต้องเรียนรู้การแสวงหาความรู้แบบ tacit โดยการเรียนรู้จากสมาชิกคนอื่น ๆ เช่น การเสวนา การสนทนากลุ่ม การสังเกต หรือการมีส่วนร่วมในการทำงาน บุคลากรสามารถสร้างความรู้แบบ Tacit ให้เป็น Explicit โดยใช้กระบวนการสื่อสารกับคนอื่น ๆ เช่น การเขียนหนังสือ การบันทึกข้อความเป็นการเชื่อมโยงความรู้ที่หลากหลายที่ยังไม่ใช่องค์ความรู้ให้เกิดองค์ความรู้ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น การสร้างแนวคิดหรือทฤษฎี เป็นการประยุกต์ความรู้จาก Explicit ไปเป็นความรู้แบบ Tacit Knowledge แล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน และที่ Nonaka and Takeuchi (2000) ได้กล่าวไว้ว่า ในยุคของการแข่งขัน องค์การธุรกิจจะต้องเกี่ยวข้องและดูแลเอาใจใส่ผู้ที่มี ส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วน (Stakeholder) และองค์การธุรกิจควรที่จะต้องพยายามให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมา ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างกลยุทธ์ของการแข่งขัน ทุกคนจะต้องปฏิบัติงานตามการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยการใช้ฐานความรู้ร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกัน และแลกเปลี่ยนความรู้ต่างระดับกัน ตลอดจนมีการนำเอาความรู้มาสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลงานขึ้นมาความรู้ใหม่เริ่มต้นที่ปัจเจกบุคคลเสมอและจะถูกแปรรูปเปลี่ยนเป็นความรู้ของหน่วยงานนี้ ดังนั้นความรู้ใหม่ จึงเกิดขึ้นจากปฏิกิริยาระหว่างความรู้ที่เปิดเผย (Explicit Knowledge) กับความรู้ที่ฝังลึกในคน (Tacit Knowledge)

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ศึกษาแนวทางการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ นครปฐม ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า (1) ต้องกระจายความรู้ และประสบการณ์ให้เผยแพร่ไปทั้งกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อผลประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อวงการเพาะปลูกส้มโอในจังหวัดนครปฐมต่อไป (2) การกระจายความรู้ต้องแบบแผนในการบันทึกให้เป็นลายลักษณ์ เพื่อปรับเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้งคืนกลับไปสู่ผู้ที่สนใจให้เป็นความรู้คงอยู่สืบไป สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2549) ที่เสนอว่า โลกยุคปัจจุบันซึ่งถือว่าเป็นยุคเศรษฐกิจความรู้ (Knowledge-based economy) ซึ่งเป็นเศรษฐกิจอาศัยการสร้างการกระจาย และการใช้ความรู้เป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการเติบโต สร้างความมั่งคั่ง และสร้างงานในอุตสาหกรรมทุกรูปแบบ นอกจากนี้ พรธิดา วิเชียรปัญญา (2547) ยังเสนออีกว่าการถ่ายความรู้จะเกิดผลการเรียนรู้ได้ดีขึ้น เมื่อความรู้มีการกระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมทั่วทั้ง การถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเคลื่อนที่ของสารสนเทศ และความรู้ระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งนั้นเป็นไปได้โดยตั้งใจ เช่น การสื่อสารโดยการเขียน การฝึกอบรม การประชุมภายในการสื่อสารภายในองค์การ การหมุนเวียนเปลี่ยนงาน และระบบ พี่เลี้ยง ส่วนการถ่ายทอดความรู้โดยไม่ตั้งใจ เช่น การหมุนเวียนงาน ประสบการณ์หรือเรื่องราวที่เล่าต่อกันมา คณะทำงาน และเครือข่ายที่ไม่เป็นทางการ สอดคล้องกับแนวคิดของ

Drucker (2000) ที่เสนอว่าความสำเร็จของการจัดการความรู้ ขึ้นอยู่กับการกระจายและแบ่งปันความรู้ และให้ความรู้บ่อย ๆ ในองค์การ ไม่ใช้ระบบหรือเทคโนโลยีเท่านั้น ที่สำคัญวิธีการถ่ายทอดให้ความรู้นับว่ามีความสำคัญเช่นเดียวกัน

ความสำเร็จของประเด็นดังกล่าวต้องเกิดจากการจัดการที่ดี ดังที่ Sarvary (1999) เสนอว่าการจัดการสมัยใหม่ โดยเฉพาะในยุคแห่งสังคมที่ใช้ความรู้เป็นฐาน (Knowledge-based Society) ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะมองความรู้ว่า เป็นทุนปัญญา หรือทุนความรู้สำหรับการสร้างคุณค่าและมูลค่า (Value) เพราะการจัดการความรู้เป็นกระบวนการหนึ่งของธุรกิจที่ใช้ทุนทางปัญญา โดยเป็นกระบวนการที่มีการนำเอาข้อมูลสารสนเทศมาเข้าสู่กระบวนการจัดการความรู้ ด้วยการผ่านเทคโนโลยี อันประกอบไปด้วยองค์การการเรียนรู้ การผลิตความรู้และการกระจายความรู้ เพื่อแปลงให้เป็นความรู้ เพื่อนำไปสร้างคุณค่าและมูลค่า

การจัดการความรู้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานในองค์การ จึงถูกเรียกว่า เป็นสินทรัพย์ทางปัญญา โดยการจัดการความรู้เป็นเพียงแค่กระบวนการเทคโนโลยีในการเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นความรู้ ซึ่งการจัดการความรู้เปรียบเสมือนกับเทคโนโลยีใหม่ที่จะเปลี่ยนรูปแบบของการแข่งขัน การจัดการความรู้เป็นการสร้างโอกาสของธุรกิจในการที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการจัดการความรู้ต้องขึ้นอยู่กับการปฏิบัติ โดยที่การปฏิบัติดังกล่าวนั้นสามารถที่จะแข่งขันออกได้

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1) รูปแบบการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมสำหรับส้มโอนครปฐม จำเป็นต้องอาศัยการร่วมแรงร่วมใจจากทุกฝ่าย ทั้งนี้ส้มโอคือผลไม้คู่จังหวัดนครปฐม แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางกาลเวลา ทำให้ทายาทของเกษตรกรขาดการตระหนักรู้ ถึงความสำคัญในการทำสวนส้มโอ การมีพื้นที่เพาะปลูกที่ลดลง เพราะการรุกคืบของการทำหมู่บ้านจัดสรร วิกฤตที่เกิดจากน้ำท่วม ทำให้จำนวนผลผลิตลดลง และดินที่เปลี่ยนไป ทำให้ส้มโอที่ปลูกใหม่ได้ผลผลิตไม่ดีดังเดิม ประกอบกับการถ่ายทอดความรู้ของเกษตรกร มักจะใช้วิธีถ่ายทอดแบบ ปากต่อปาก สิ่งเหล่านี้ส่งสัญญาณว่า ต่อไปส้มโอ อาจจะไม่ใช่ ผลไม้ประจำจังหวัดนครปฐมอีกต่อไป การจัดการความรู้ที่ดีจะเข้ามาช่วยปัญหาดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง อย่างน้อยการนำองค์ความรู้ที่ถูกถ่ายทอดแบบปากต่อปาก มาเป็นลายลักษณ์อักษร และเผยแพร่ไปยังผู้ที่สนใจ จะเป็นกล้าพันธุ์ที่ดี ที่น่าจะช่วยยืดอายุของความรู้ในการเพาะปลูกส้มโอต่อไป

2) การทำงานในเชิงรุก อย่างจริงจัง และสร้างการตระหนักรู้ให้กับเกษตรกรมีความสำคัญ การสร้างความยั่งยืนในการสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ถือเป็นวาระสำคัญที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญ หากต้องการจะคงองค์ความรู้เกี่ยวกับส้มโอนครปฐม ทุกภาคส่วนต้องทำงานในเชิงรุก มีการแลกเปลี่ยนความรู้ และเผยแพร่ความรู้ออกไปให้มากที่สุด ข้อจำกัดของการออกเป็นเอกสาร คู่มือ คือสามารถกระจายได้เฉพาะคนบางกลุ่ม หากมีการเผยแพร่ออกไปในรูปของ e-book รวมถึงการทำ clip ในการถ่ายทอดให้กับผู้สนใจ ก็จะสามารถกระจายองค์ความรู้ต่อออกไปอีกได้ การทำงานแบบเข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ต้องรู้จักการปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ และพัฒนาตนไปตามการพัฒนาของโลก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวมีลักษณะการศึกษาแบบภาคตัดขวาง ยังไม่ได้มีการศึกษาเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง ผู้ที่สนใจอาจนำแนวทางดังกล่าวไปศึกษาแบบต่อเนื่องก็ได้

2. การทำวิจัยเชิงคุณภาพทำในกลุ่มเกษตรกรส้มโอ จังหวัดนครปฐมเท่านั้น ผลที่ได้อาจจะไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังเกษตรกรส้มโอกลุ่มอื่น ดังนั้นผู้ที่สนใจจะต่อยอดงานอาจนำงานวิจัยดังกล่าวไปลงภาคสนามในส้มโอในจังหวัดอื่นๆ และอาจศึกษาในเชิงเปรียบเทียบก็ได้

7. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549) **สถิติเกี่ยวกับส้มโอ.** ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2557. จาก http://www.agriqua.doae.go.th/plantclinic/Clinic/plant/.../index.html

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). **ข้อมูลผลิตผลส้มโอ.**ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2560. จาก http://www.agriman.doae.go.th/home/news/Year%202011/010_Citrus%20maxima.pdf

นิทัศน์ วิเทศ. (2542). **การจัดการความรู้ : เทคนิคการแปรความรู้สู่ความได้เปรียบ ในการแข่งขัน**. กรุงเทพมหานคร: เอ อาร์ บินิเนส เพรส.

เนชั่น บล็อค. (2555). **ส้มโอ.**ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2560.จาก http://oknation.nationtv.tv/blog/horti-asia/2012/09/27/entry-5

บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2549) . **การจัดการความรู้ จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร. จิรวัฒน์ เอ็กซ์เพรส.

พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). **การจัดการความรู้ : พื้นฐานและการประยุกต์ใช้ .**กรุงเทพมหานคร. : เอ็กซเปอร์เน็ต,

วิจารณ์ พานิช.(2548). **การจัดการความรู้ฉบับนักปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.

ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร และ กุมารี ลาภอาภรณ์ . (2559). กระบวนการจัดการความรู้ผ่านการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนฮากกาออนไลน์: ความสำเร็จและความท้าทาย **. วารสารภาษาและวัฒนธรรม** , 35 (1) , 203-225

สมพร ณ นคร. (2550). **การสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในเขตลุ่มน้ำปากพนังเพื่อการผลิตส้ม โอให้มีคุณภาพ.** ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2557 จากhttp://elibrary.trf.or.th/project.asp?page=133

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. **การจัดการความรู้**. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2558 .จาก http://www.bic.moe.go.th/fileadmin/BIC_Document/KM/WedJuly2005-9-16-35- Introduce_KM.pdf .

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบราชการ. (2553).**เอกสารประกอบการชี้แจงเรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM).** ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2557. จาก http://www.opdc.go.th/ uploads/ files/PMQA/2.KM_53.ppt .

Anantatmula, V. S. P. (2004). **Criteria for Measuring Knowledge Management Efforts in Organizations**. Doctoral Dissertation, The George Washington University.

Cochran, W.G. (1953)._**Sampling Techniques. Experimental Designs**, New York. Cuyno,

Drucker, P. F. (2000). The Coming of the New Organization. **Harvard Business Review**, 45. 1-19.

Furlong, G. (2001). Knowledge Management and the Competitive Edge. **Knowledge Management Research**.

Hislop. D. (2009). **Knowledge Management in Organizations: A Critical Introduction** .(2nd ed.) OUP Oxford.

Lamb, E. C. (2001). Knowledge Management. **Community Banker** : .24-26.

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

Nonaka, I., &Takeuchi, H. (2000). Classic Work : Theory of Organization Knowledge Creation. **Personnel Psychology**, 159-162.

OECD. (1996). **The Knowledge-Based Economy**. OECD Paris.

Sarvary, M. (1999). Knowledge Management and Competition in the Consulting Industry. **California Management Review**, 41 (2), p. 95-96.