

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

An Analysis of the Relationship of Knowledge Management in the Factors Contributing to the Success of Community Enterprise Management

จิตรลดา เพลิตพริ้ง*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของประเทศไทย อันดับที่ 1 ประจำปี พ.ศ. 2555-2558 กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 แห่ง ที่กำหนดโดยใช้ตารางของ Krejcie และ Morgan ที่ค่าความเชื่อมั่นระดับ 0.05 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P = .000$, $r = .759$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความสัมพันธ์พบว่า การจัดการความรู้ทั้ง 6 กระบวนการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้หรือภูมิปัญญามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนในความสัมพันธ์อันดับสองมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยด้านคนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการกำหนดความต้องการความรู้และการกระจายความรู้ ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการ

ตรวจสอบและติดตามความรู้ และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับการสร้างและการจัดหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการใช้ความรู้ สำหรับความสัมพันธ์อันดับสุดท้ายพบว่า การจัดการความรู้ด้านการสร้างและการจัดหาความรู้ การตรวจสอบและติดตามความรู้ สัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร/ชุมชน น้อยที่สุด การกระจายความรู้กับการใช้ความรู้ สัมพันธ์กับภาวะผู้นำ น้อยที่สุด การกำหนดความต้องการความรู้กับการจัดเก็บความรู้ สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตราสินค้า น้อยที่สุด

ผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นความสำคัญของการศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จและได้รับรางวัลดีเด่น ดังนั้น หากวิสาหกิจชุมชนอีกจำนวนมากได้รับการส่งเสริมให้นำเอาการจัดการความรู้และมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ น่าจะก่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยให้เติบโตขึ้นได้เป็นอย่างมาก

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, การจัดการวิสาหกิจชุมชน, ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ

*อาจารย์ สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Abstract

This research aims to investigate into knowledge management and factors contributing to a successful community enterprise's management. Quantitative research method was employed. Data were collected through questionnaires which were distributed to the study samples an excellent community enterprise which was honored with the first rank reward from 2012 - 2015 along with other designated 169 community enterprises. Such sample size was determined by using Krejcie and Morgan approach of which result show reliability value at 0.05. Data were analyzed using descriptive statistics while hypothesis of the study was tested through correlation analysis using Pearson Correlation Coefficient.

Findings show that knowledge management is correlated to successful community enterprise management with significant value at 0.01 ($P = .000$, $r = .759$). When looking into details of such correlation, it was found that all six steps concerning knowledge management is predominantly related to factors regarding knowledge or wisdom followed by two different correlations which are 'personnel correlating to knowledge identification and knowledge distribution' and 'brand image correlating to knowledge auditing and monitoring'. In light of factors regarding information technology and communications, it was found that such is correlated to the knowledge creation and acquisition, knowledge storage, and knowledge utilization. The least significant types of correlation are 'knowledge management in knowledge

creation and acquisition' and 'knowledge auditing and monitoring' which least affected organization/ community's culture as well as knowledge distribution and knowledge utilization which also pose least influence to leadership with the enterprises. Another less significant type of correlation is between knowledge identification and knowledge storage and brand image.

The results denote the importance of the study on correlation between knowledge management and factors contributing to the success of community enterprises—one of the enterprises is an enterprise which was presented with honorable reward as excellent example. Therefore, if more community enterprises are being supported to adopt and use knowledge management which can lead to success, development will certainly be brought into those enterprises in Thailand.

Keywords: Knowledge management, Community enterprise management, factors contributing to a successful.

บทนำ

การจัดการความรู้ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอันนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีการจำแนกกระบวนการจัดการความรู้ออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การกลั่นกรองความรู้ การกระจายความรู้ การใช้ความรู้ และการติดตามตรวจสอบความรู้ (Probst, Raub and Romhardt, 2000) การจัดการความรู้เป็นกระบวนการสำคัญในการบริหารธุรกิจเช่นกัน โดยในธุรกิจประเภท

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ได้กลายเป็นกระแสที่เกิดขึ้นใหม่ในการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ราบรื่น องค์กรจะต้องเข้าใจประโยชน์ของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ หรืออาจกล่าวได้อีกว่า การจัดการความรู้ คือศิลปะอย่างหนึ่งของการสร้างมูลค่า โดยใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Sveiby, 1997) ดังนั้นการยอมรับเรื่องธุรกิจชุมชน ได้กลายเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ในการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจในยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge based economy) ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจประโยชน์ของการจัดการความรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างดี

การศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยศึกษาการจัดการความรู้ สังเคราะห์แนวคิดและงานวิจัยของ Marquardt (1996); Probst, Raub and Romhardt (2000), Turban et al. (2004) และ Tuamsuk, Phabu and Vongprasert (2013) แบ่งเป็น 6 กระบวนการ ได้แก่ การกำหนดความต้องการความรู้ (Knowledge Identification) การสร้างและจัดหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) การกระจายความรู้ (Knowledge Distribution) การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) และการตรวจสอบและติดตามความรู้ (Knowledge Auditing and Monitoring) และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน (ไจมนัส พลอยดี, 2540; ภัทรธิดา ผลงาม, 2545; เมธา สุธีร์โรจน์, 2547; ธงชัย พานู, 2552) ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม องค์กร ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ปัจจัยด้านความรู้ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านกลยุทธ์การจัดการความรู้ และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในบทความนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษากับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการ

จัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย โดยมีฐานคิดทางวิชาการ (Academic assumption) ว่า การจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ โดยวิธีการเชิงสำรวจ ประชากรที่ศึกษาได้แก่ วิสาหกิจชุมชนดีเด่นของประเทศไทย อันดับ 1 ประจำปี พ.ศ. 2555-2558 ที่ประสบความสำเร็จและผ่านการคัดเลือกให้ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของประเทศไทย โดยพิจารณาจากการบริหารจัดการที่ดี มีการนำความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดแนวโน้มนการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถเป็นต้นแบบให้วิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในประเทศในการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดได้จากรายงานของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ปี 2555- 2558 รวม 300 วิสาหกิจ กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ค่าความเชื่อมั่นระดับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 วิสาหกิจ โดยใช้ตารางของ Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) เครื่องมือที่ใช้การวิจัยคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้ ด้านกระบวนการทางธุรกิจ และด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 3 คน และนำไปทดลองใช้กับวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 วิสาหกิจในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิเคราะห์ด้วย Cronbach Alpha-coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.98

ซึ่งถือได้ว่าเป็นแบบสอบถามที่มีคุณภาพ (ธานินทร์ คิลป์จารุ, 2551)

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ถึงประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 169 วิสาหกิจ เก็บข้อมูลในช่วงระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2560 - วันที่ 30 เมษายน 2560 ได้แบบสอบถามกลับคืนจำนวน 169 ชุด ครบ 100% จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (สำราญ มีแจ้ง, 2557) จากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน จากแบบสอบถามจำนวน 169 ชุด สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นรายด้านของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 7 ปัจจัย จากการศึกษา พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนในระดับมาก ($\bar{X}=4.22$) โดยปัจจัยด้าน ความรู้หรือภูมิปัญญา ค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$) รองลงมาในระดับมากที่สุดเช่นกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ($\bar{X}=4.51$) ด้านคน (ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน,คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนและสมาชิก) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X}=4.47$) รองลงมา คือด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{X}=4.23$) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ($\bar{X}= 4.22$) (กลยุทธ์การจัดการความรู้ ($\bar{X}=4.05$) ด้านวัฒนธรรมชุมชน ($\bar{X}= 3.54$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

	ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1.	วัฒนธรรมองค์กร/ชุมชน	3.54	0.02	มาก
1.1	วิสาหกิจชุมชนต้องยึดมั่นในวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน	3.58	0.80	มาก
1.2	วิสาหกิจชุมชนต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน	3.67	0.83	มาก
1.3	วิสาหกิจชุมชน ผู้ที่มีอายุน้อยกว่าต้องมีความเคารพผู้อาวุโส	3.46	0.82	ปานกลาง
1.4	วิสาหกิจชุมชนต้องมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.43	0.84	ปานกลาง
2	คน (ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนและสมาชิก)	4.47	0.04	มาก
2.1	วิสาหกิจชุมชนต้องมีความรัก ความสามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	4.53	0.48	มากที่สุด
2.2	วิสาหกิจชุมชนต้องมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว	4.40	0.55	มาก

	ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
2.3	วิสาหกิจชุมชนต้องมีความรักความผูกพันกับสมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม เสมือนเครือญาติ	4.50	0.50	มาก
2.4	วิสาหกิจชุมชนต้องมีความเอื้ออาทรช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน	4.55	0.47	มากที่สุด
2.5	วิสาหกิจชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานต่าง ๆ ของกลุ่ม	4.29	0.58	มาก
2.6	วิสาหกิจชุมชนต้องมีความไว้วางใจเชื่อใจกัน	4.47	0.51	มาก
2.7	วิสาหกิจชุมชนต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างเปิดเผยจริงใจ	4.65	0.49	มากที่สุด
2.8	วิสาหกิจชุมชนต้องมีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้าเป็นอย่างดี	4.35	0.49	มาก
3	ภาวะผู้นำ	4.23	0.22	มาก
3.1	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำเป็นผู้มีความยุติธรรม มีใจเป็นกลางและเสมอภาค มีความโปร่งใส จริงใจต่อการทำงาน ทุ่เม เท เสียสละ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีทัศนคติและเจตคติที่ดี	4.53	0.51	มากที่สุด
3.2	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่เป็นผู้ที่ได้รับความศรัทธาจากสมาชิก	4.71	0.47	มากที่สุด
3.3	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการนำกลุ่มและบริหารจัดการกลุ่มให้ประสบผลสำเร็จ	4.53	0.51	มากที่สุด
3.4	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำเป็นผู้ที่มีบุคลิกดี มีภาวะผู้นำ	4.47	0.51	มาก
3.5	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำเป็นผู้มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจให้สมาชิกเชื่อฟัง เคารพ นับถือ	3.76	0.75	มาก
3.6	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำเป็นผู้ที่มีทัศนคติและเจตคติที่ดี	4.41	0.50	มาก
3.7	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่ทำให้สมาชิกมีความพึงพอใจต่อผู้บริหารงาน (ประธานกลุ่ม)	3.80	1.05	มาก
3.8	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่สามารถบริหารจัดการกลุ่มให้เป็นไปตามเป้าหมาย	4.23	0.93	มาก
3.9	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่สามารถบริหารจัดการผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมและเสมอภาค	4.17	0.90	มาก
3.10	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมที่เป็นแบบอย่างได้	4.04	0.98	มาก
3.11	วิสาหกิจชุมชนต้องมีผู้นำที่สามารถประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ได้ดี	3.93	0.70	มาก

	ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4	ภาพลักษณ์ตราสินค้า	4.51	0.05	มากที่สุด
4.1	วิสาหกิจชุมชนต้องมาจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดมาตามลำดับ	4.35	0.60	มาก
4.2	วิสาหกิจชุมชนต้องมีที่มาจากความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล	4.35	0.60	มาก
4.3	วิสาหกิจชุมชนต้องเป็นความรู้ที่พัฒนามาเป็นความรู้ของกลุ่มได้จากการฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ	4.47	0.51	มาก
4.4	วิสาหกิจชุมชนต้องมีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์	4.65	0.49	มากที่สุด
4.5	วิสาหกิจชุมชนต้องมีชื่อเสียงและได้รับความเชื่อถืออย่างกว้างขวาง	4.71	0.47	มากที่สุด
4.6	วิสาหกิจชุมชนต้องได้สืบสานเจตนารมณ์ของบรรพบุรุษด้วยการเรียนรู้และปฏิบัติสืบทอดกันมาโดยตระหนักถึงคุณค่า	4.47	0.51	มาก
4.7	วิสาหกิจชุมชนต้องเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนหรือของกลุ่มที่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ	4.59	0.51	มากที่สุด
5	ความรู้หรือภูมิปัญญา	4.57	0.05	มากที่สุด
5.1	วิสาหกิจชุมชนต้องได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเลียนแบบได้ยาก ทำให้สมาชิกสามารถใช้เป็นอาชีพเสริมได้	4.59	0.51	มากที่สุด
5.2	วิสาหกิจชุมชนต้องมีคุณภาพดี สวยงาม มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า	4.70	0.44	มากที่สุด
5.3	วิสาหกิจชุมชนต้องมีการออกแบบลวดลายสวยงาม และทรงคุณค่า	4.29	0.47	มาก
5.4	วิสาหกิจชุมชนต้องมีทักษะและความชำนาญในการผลิตเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล หรือในสมาชิกแต่ละคน	4.57	0.51	มากที่สุด
5.5	วิสาหกิจชุมชนต้องมีการเอาใจใส่ในทุกขั้นตอนการผลิต	4.82	0.39	มากที่สุด
5.6	วิสาหกิจชุมชนควรมีกลยุทธ์การจัดการความรู้ที่หลากหลายขึ้นอยู่กับสถานการณ์	4.47	0.51	มาก
6	กลยุทธ์การจัดการความรู้	4.05	0.05	มาก
6.1	วิสาหกิจชุมชนควรมีระบบทบทวนความรู้ของกลุ่มเป็นประจำ เช่น ทบทวนตามการประชุมในวาระต่าง ๆ	4.23	0.93	มาก
6.2	วิสาหกิจชุมชนควรมีการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อหาทางออกและความสำเร็จของกลุ่มร่วมกัน	3.89	0.93	มาก

	ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนไทย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
6.3	วิสาหกิจชุมชนควรได้รับคำแนะนำหาทุนความรู้จากองค์กรหรือหน่วยงานภายนอก ทั้งในระดับชุมชน ท้องถิ่น จังหวัด และระดับชาติให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษาแนะนำ ฝึกอบรม และช่วยจัดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ	3.99	1.03	มาก
6.4	วิสาหกิจชุมชนควรมีการใช้ความรู้ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าของกลุ่มที่มีอยู่ในตัวตนของสมาชิกทุกคนผสมผสานกับวัฒนธรรมอันมีเอกลักษณ์ที่ไม่มีที่ใดเหมือน เป็นฐานในการจัดการความรู้	4.10	0.91	มาก
7	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	4.22	0.07	มาก
7.1	วิสาหกิจชุมชนควรมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันกับกลุ่มเครือข่าย	4.37	0.53	มาก
7.2	วิสาหกิจชุมชนควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในทุก ๆ กิจกรรม	4.22	0.63	มาก
7.3	วิสาหกิจชุมชนควรมีกิจกรรมที่กลุ่มเข้าไปมีส่วนร่วมในท้องถิ่น ได้แก่ กิจกรรมประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน	4.02	0.61	มาก
7.4	วิสาหกิจชุมชนควรมีการประชุมสมาชิกของกลุ่มเพื่อชี้แจงและให้ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า	4.19	0.56	มาก
7.5	วิสาหกิจชุมชน ควรมีการฝึกอบรมและศึกษาดูงานเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการตลาด	4.16	0.65	มาก
	รวม	4.22	0.07	มาก

การจัดการความรู้ในการจัดการวิสาหกิจชุมชน

การศึกษากิจการการจัดการความรู้ในวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดของ Marquardt, (1996); Probst, Raub and Romhardt, (2000) และ Turban *et al.*, (2004) ประกอบด้วย 6 กระบวนการ พบว่า ในภาพรวมวิสาหกิจชุมชนมีการจัดการความรู้ในการทำธุรกิจในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) โดยมีการดำเนินการด้านการกำหนดความต้องการความรู้ (Knowledge Identification) ค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมา มีการดำเนินการในระดับมากเช่นกัน

ได้แก่ การสร้างและจัดหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) ($\bar{X} = 4.14$) การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage) ($\bar{X} = 4.12$) การกระจายความรู้ (Knowledge Distribution) ($\bar{X} = 3.99$) การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) ($\bar{X} = 3.76$) และตรวจสอบและติดตามความรู้ (Knowledge Auditing and Monitoring) ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการจัดการความรู้ในแต่ละกระบวนการมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การจัดการความรู้ของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

การจัดการความรู้ของการจัดการวิสาหกิจชุมชน		ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1.	การกำหนดความต้องการความรู้	4.23	0.15	มาก
1.1	มีการกำหนดจากวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของท้องถิ่น	4.47	0.64	มาก
1.2	มีการกำหนดจากปัญหาการดำเนินงานด้านต่างๆของชุมชน	4.41	0.98	มาก
1.3	มีการกำหนดจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต และสภาพแวดล้อมของชุมชน	4.52	0.85	มากที่สุด
1.4	มีการกำหนดจากวิสัยทัศน์ของชุมชน	4.05	1.12	มาก
1.5	มีการกำหนดจากความต้องการแก้ไขปัญหาความยากจนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง	4.17	0.93	มาก
1.6	มีการกำหนดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับลูกค้า ผู้แทนจำหน่ายและเครือข่าย	3.76	0.86	มาก
1.7	มีการกำหนดจากแนวโน้มความต้องการของลูกค้า	3.94	0.94	มาก
1.8	มีการกำหนดจากการศึกษา อบรม สัมมนาจากวิทยากรของหน่วยงานต่างๆ	4.19	0.74	มาก
1.9	มีการกำหนดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	4.52	0.70	มากที่สุด
2.	การสร้างและจัดหาความรู้	4.14	0.22	มาก
2.1	มีการสร้างและจัดหาความรู้จากภาวะผู้นำ	4.21	1.23	มาก
2.2	มีการสร้างและจัดหาความรู้จากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม	4.27	0.87	มาก
2.3	มีการสร้างและจัดหาความรู้จากการเข้ารับการศึกษ ฝึกอบรมและดูงาน	3.88	1.30	มาก
2.4	มีการสร้างและจัดหาความรู้จากการสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ	4.15	0.83	มาก
2.5	มีการสร้างและจัดหาความรู้จากการวิเคราะห์SWOT ของกลุ่มวิสาหกิจ	4.17	0.93	มาก
3.	การจัดเก็บความรู้	4.12	0.15	มาก
3.1	มีการจัดเก็บความรู้ที่สร้างและจัดทำในตัวบุคคล	4.05	1.08	มาก
3.2	มีการจัดเก็บความรู้ที่สร้างและจัดทำไว้ด้วยเอกสาร	3.96	1.11	มาก
3.3	มีการจัดเก็บความรู้ไว้ในสื่อและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	4.03	1.18	มาก
3.4	มีระบบจัดเก็บความรู้ที่สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว	4.13	1.11	มาก
3.5	มีระบบจัดเก็บความรู้ในรูปพิพิธภัณฑ์หรือห้องสมุด	4.41	0.80	มาก
4.	การกระจายความรู้	3.99	0.07	มาก
4.1	มีการกระจายความรู้โดยอาศัยผู้นำหรือประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	4.49	0.70	มาก
4.2	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่ม โดยการประชุม การฝึกอบรม การเล่าเรื่อง	3.98	0.51	มาก

การจัดการความรู้ของการจัดการวิสาหกิจชุมชน		ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.3	มีการกระจายความรู้ผ่านระบบครอบครัวและเครือญาติ สุ่มุตรหลาน	3.83	0.60	มาก
4.4	มีการกระจายความรู้โดยใช้เอกสารต่างๆ	3.87	0.64	มาก
4.5	มีการกระจายความรู้โดยการเป็นวิทยากรฝึกอบรมหรือถ่ายทอดความรู้ในโอกาสต่างๆ	3.76	0.55	มาก
5.	การใช้ความรู้	3.76	0.05	มาก
5.1	มีการใช้ความรู้เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	3.73	0.52	มาก
5.2	มีการใช้ความรู้ในการสัมมนา สาธิต ฝึกอบรม ปฏิบัติการ และทดลอง	3.65	0.50	มาก
5.3	มีการใช้ความรู้ในการกำหนดชนิดของสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.70	0.53	มาก
5.4	มีการใช้ความรู้ตามความต้องการของลูกค้าที่ใช้สินค้าหรือบริการ	3.83	0.44	มาก
5.5	มีการเชื่อมโยงความรู้ในกลุ่มเครือข่าย	3.71	0.53	มาก
5.6	มีการใช้ความรู้ในการพัฒนาคุณภาพของวิสาหกิจในทุกขั้นตอน	3.72	0.50	มาก
5.7	มีการใช้ความรู้ในการสร้างเครือข่ายทางการตลาด	3.85	0.45	มาก
5.8	มีการใช้ความรู้ในการทำการตลาดแบบเชิงรุก	3.73	0.40	มาก
5.9	มีการใช้ความรู้ในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อพัฒนาการตลาดและการกระจายสินค้าหรือบริการ	3.91	0.49	มาก
5.10	มีการใช้ความรู้ในการขนส่งและการกระจายสินค้าหรือบริการอย่างประหยัด	3.71	0.43	มาก
5.11	มีการใช้ความรู้ในการยกระดับการตลาด	3.75	0.49	มาก
5.12	มีการใช้ความรู้ตามกระแสหรือรสนิยมของคนในสังคมเพื่อกำหนดสินค้าหรือบริการ	3.80	0.42	มาก
6.	การตรวจสอบและติดตามความรู้	3.71	0.12	มาก
6.1	มีการติดตามความรู้จากลูกค้า	3.75	0.39	มาก
6.2	มีการปรับปรุงและแก้ไขความรู้ที่ถูกต้องเพื่อนำไปสู่การสร้างและพัฒนาความรู้ใหม่	3.72	0.49	มาก
6.3	มีการตรวจสอบและติดตามความรู้ ด้วยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในกลุ่มอยู่เสมอ	3.80	0.28	มาก
6.4	มีการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในแต่ละปี	3.85	0.20	มาก
6.5	มีการตรวจสอบความรู้ภูมิปัญญาที่มีเอกลักษณ์อันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจ	3.44	0.43	มาก
รวม		3.97	0.33	มาก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน ด้วยสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation = r) พบว่าการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการ

จัดการวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P = .000) มีค่า r = .759 นอกจากนี้ในทุกๆ กระบวนการของการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P = .000) เช่นเดียวกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัย	การกำหนดความต้องการความรู้			การสร้างและการจัดหาความรู้			การจัดเก็บความรู้			การกระจายความรู้			การใช้ความรู้			การตรวจสอบและติดตามความรู้		
	r			r			r			r			r			r		
	Sig.*			Sig.*			Sig.*			Sig.*			Sig.*			Sig.*		
1.วัฒนธรรมองค์กร/ชุมชน	.521	.000	5	.376	.000	7	.522	.000	5	.546	.000	3	.670	.000	4	.390	.000	7
2.คน	.653	.000	2	.562	.000	3	.493	.000	6	.571	.000	2	.559	.000	5	.414	.000	6
3.ภาวะผู้นำ	.530	.000	4	.454	.000	5	.620	.000	3	.398	.000	7	.410	.000	7	.619	.000	3
4.ภาพลักษณ์ตราสินค้า	.487	.000	7	.512	.000	4	.451	.000	7	.492	.000	5	.525	.000	6	.722	.000	2
5.ความรู้หรือภูมิปัญญา	.735	.000	1	.791	.000	1	.643	.000	1	.601	.000	1	.728	.000	1	.765	.000	1
6.กลยุทธ์การจัดการความรู้	.621	.000	3	.431	.000	6	.599	.000	4	.524	.000	4	.677	.000	3	.567	.000	4
7.เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	.492	.000	6	.674	.000	2	.629	.000	2	.447	.000	6	.700	.000	2	.502	.000	5

r = .759, P = 0.000 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของความสัมพันธ์ของแต่ละกระบวนการของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน พบว่าการจัดการความรู้ทั้ง 6 กระบวนการมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้หรือภูมิปัญญามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนในความสัมพันธ์อันดับสองมีความแตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านคนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการกำหนดความต้องการความรู้และการกระจายความรู้ ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการตรวจสอบและติดตามความรู้และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับการสร้างและการจัดหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการใช้ความรู้ สำหรับความสัมพันธ์อันดับสุดท้ายพบว่า การจัดการความรู้ด้านการสร้างและการจัดหา

ความรู้ การตรวจสอบและติดตามความรู้ สัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร/ชุมชนน้อยที่สุด การกระจายความรู้กับการใช้ความรู้ สัมพันธ์กับภาวะผู้นำน้อยที่สุด การกำหนดความต้องการความรู้กับการจัดเก็บความรู้ สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตราสินค้าน้อยที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่สำคัญ สามารถสรุปได้ 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนมีด้วยกันทั้งหมด 7 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร/ชุมชน ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ปัจจัยด้านความรู้

ภูมิปัญญา ปัจจัยด้านกลยุทธ์การจัดการความรู้และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ใจมนัส พลอยดี, 2540; ภัทรธิดา ผลงาม, 2545; เมธา สุธีร์โรจน์, 2547; ธงชัย พานู, 2552) ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่สำคัญๆ ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความสำคัญในการผลิตสินค้า มีสูตรเฉพาะตัว ที่ทำให้สินค้าเกิดความหลากหลาย และเพิ่มโอกาสทางการตลาดหรือแม้แต่ผู้นำชุมชน เมื่อได้รับการศึกษาหรืออบรมมา ก็มาถ่ายทอดให้สมาชิกในกลุ่ม และทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จได้ (เต็มดวง ตรีชัยบุญพงษ์ และคณะ, 2546; ธงชัย พานู, 2552) จึงอาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน เพียงแต่ว่าจะเน้นในเรื่องของการใช้ความรู้ภูมิปัญญาของวิสาหกิจเข้ามาในเรื่องการผลิตสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้น และมีมาตรฐาน

วิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตจากธรรมชาติที่มีอยู่โดยสมาชิกในชุมชนผลิตสินค้าเพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้กับชุมชน วัตถุประสงค์ที่มีการนำเรื่องการจัดการความรู้มาใช้ในวิสาหกิจชุมชน คือ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Wiig, 1993; Nonaka and Takeuchi, 1995) จากผลการวิจัยนี้พบว่า ในการจัดการวิสาหกิจชุมชน มีการจัดการความรู้ 6 กระบวนการ ได้แก่ การกำหนดความต้องการของความรู้ การสร้างและจัดหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การกระจายความรู้ การใช้ความรู้ และการตรวจสอบและติดตามความรู้ซึ่งไม่แตกต่างจากผลการสังเคราะห์กระบวนการจัดการความรู้ที่ได้จากTurban *et al.* (2004), Marquardt (1996) และProbst, Raub and Romhardt (2000) อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับผลงานวิจัยของ ธงชัย พานู, กุลธิดา ท้วมสุข และชลภัสส์ วงษ์ประเสริฐ(2553) พบว่ามีความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย กล่าวคือ การจัดการธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จ มีการจัดการความรู้ใน 6 กระบวนการ

แต่แยกออกจากกันได้ไม่ชัดเจน และสามารถจัดกลุ่มรวมกันได้เป็น 3 กลุ่มกระบวนการคือ (1) การกำหนดความรู้ การสร้างและการจัดหาความรู้ (2) การจัดเก็บความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการใช้ความรู้ และ (3) การวัดผล การจัดการความรู้

ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนจะเห็นได้ว่า ข้อค้นพบที่เด่นชัดคือการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกกระบวนการ และทุกมิติของการจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจัดลำดับความสำคัญ พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ภูมิปัญญามีความสัมพันธ์ในระดับมากทุกด้านของกระบวนการจัดการความรู้ กล่าวได้ว่า การจัดการความรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ มีความสำคัญต่อการจัดการวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

บทสรุป

งานวิจัยนี้ทำการศึกษาข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนดีเด่นของประเทศไทย อันดับ 1 ประจำปี พ.ศ. 2555-2558 จากรายงานของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวน 300 แห่ง และได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 แห่งเท่านั้น แต่วิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 70,000 แห่ง ผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นความสำคัญของการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนประสบผลสำเร็จจนได้รับรางวัลอย่างชัดเจน ดังนั้นหากวิสาหกิจชุมชนอีกจำนวนมากได้รับการส่งเสริมให้นำเอาการจัดการความรู้ประกอบกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมาใช้ในการจัดการวิสาหกิจชุมชน น่าจะก่อให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก

เอกสารอ้างอิง

- ไจมนัส พลอยดี. (2540). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างภาพรวมและภาพย่อย (บ้านคีรีวงษ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และคำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เต็มดวง ตรีธัญญพงษ์ และคณะ. (2546). **สรุปผลงานวิจัย ธุรกิจชุมชน 58 โครงการ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ธงชัย พานู. (2552). **การจัดการความรู้ธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธงชัย พานู, กุลธิดา ท่วมสุข และชลภัส วังษ์ประเสริฐ. (2553). **การจัดการความรู้ของธุรกิจสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์**. **วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดฯ** 3(1): 52-67.
- ธานีรินทร์ คิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS**. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พริ้นท์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ภัทรธรา ผลงาม. (2545). **รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาธุรกิจชุมชนแบบมีส่วนร่วม : การผลิตไวน์ข้าวเหนียว(ดำ)**. เลย : สถาบันราชภัฏเลย.
- เมธา สุธีร์โรจน์. (2547). **ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. **ว. วิจัยและฝึกอบรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**, 2(1), 2-15.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555). **วิสาหกิจชุมชนดีเด่นปี 2555**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2556). **วิสาหกิจชุมชนดีเด่นปี 2556**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2557). **วิสาหกิจชุมชนดีเด่นปี 2557**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตร.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2558). **วิสาหกิจชุมชนดีเด่นปี 2558**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตร.
- สำราญ มีแจ้ง. (2557). **สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย: ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Marquardt, M.J. (1996). **Building the learning Organization**. New York: McGraw Hill.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). **The Knowledge Creating Company**. New York: OxfordUniversity Press.
- O'Dell, C. and Grayson, C.J., Jr. (1998). **If Only We Knew What We Know: The Transfer of Internal Knowledge and Best Practice**. New York: Free Press.

- Probst, G., Raub, S. and Romhardt, K. (2000). **Managing Knowledge: Building Blocks for Success**. Chichester: John Wiley and Sons.
- Sveiby, K.E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge Based Assets*. San Francisco, CA :Berrett-Koehler..
- Tuamsuk, K., Phabu, T, & Vongprasert, C. (2013). Knowledge management model of community business: Thai OTOP Champions. **Journal of Knowledge Management** 17(3): 363-378.
- Turban, E. *et al.* (2004). **Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy**. 4thed. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Wiig, K.M. (1993). **Knowledge Management Foundation**. Texas: Schema Press.