



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๙-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๙-๖๑๗๒

ข่าวจากหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับประจำวันที ๕ เดือนธันวาคม พ.ศ.๒๕๕๙ หน้า ๑๐ มูลค่าข่าว ๒๒๑,๒๙๕.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสิ่งพิมพ์ สนใจดูที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

● **ดร.สพพร รุ่งสีทอง**
rapeepornr@gmail.com
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การแปลงความรู้ เป็น ‘สินทรัพย์องค์กร’

ความรู้ (Knowledge) เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible asset) และมีมูลค่าสำหรับองค์กร เนื่องจากความรู้สามารถนำไปใช้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้หากความรู้นั้น มีความแตกต่าง และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

การบริหารจัดการความรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรนั้น เป็นเรื่องยาก เพราะเป็นสิ่งที่นามธรรมที่มองไม่เห็น และจับต้องไม่ได้ จึงไม่น่าแปลกใจว่า ภาครัฐและเอกชนพยายามหาแนวทางนำความรู้ที่สะสมอยู่ในองค์กร มาบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ เพื่อให้การลงทุนในสินทรัพย์ที่เรียกว่า “ความรู้” เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการความรู้มาเสนอ 2 เรื่องด้วยกัน

1. จัดการความรู้ตามแนวคิด

หากองค์กรต้องการนำ “ความรู้” สิ่งที่จับต้องไม่ได้ มาแปลงเป็นสินทรัพย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในทางธุรกิจ ควรต้องมีการแปลงให้ความรู้เหล่านั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย กระบวนการจัดการความรู้ขององค์กรในเบื้องต้น เริ่มตั้งแต่**การจัดการความรู้จากภายนอกองค์กร** ซึ่งถือเป็นการลงทุนในทรัพย์สินทางปัญญา จากนั้นองค์กรจะต้องนำความรู้นั้น ไปเก็บในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย เพื่อให้พนักงานคนอื่น ๆ สามารถเข้าใจ และเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) รวมทั้งสร้างกระบวนการถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงานในองค์กร เพื่อทำให้ผู้รับความรู้ นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ง่ายยิ่งขึ้น

เช่น การเก็บในรูปแบบเอกสารและไฟล์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นระบบ รวมถึงการถ่ายทอดความรู้จากบุคลากร ที่มีความรู้และประสบการณ์ไปยังพนักงานขององค์กร (Training and Coaching) เราจะเห็นตัวอย่างจากองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความรู้ เช่น บมจ.ปตท, เครือซีเมนต์ไทย, Nestle, Price Waterhouse Coopers (PwC), Microsoft และ Heineken ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการความรู้และนวัตกรรมขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อใช้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การแปลง “ความรู้” เป็น “ความสามารถ” (Capability) ให้กับองค์กร

อันที่จริงแล้ว ความรู้และความสามารถมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ **ความรู้เป็นข้อ มูลชนิดหนึ่งที่ถูกเรียบเรียงอย่างเป็นระเบียบ ขณะที่ความสามารถขององค์กร คือ ทักษะฝีมือ และความชำนาญเฉพาะทาง** ในการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า การแสวงหาความรู้ที่เข้าถึงง่ายกว่าการสร้างความสามารถ เพราะการหาความรู้ได้จากการอ่าน ฟัง และสังเกต แล้วนำมาประมวลเป็นความคิดของตนเอง แต่การสร้างความสามารถนั้น นอกจากต้องมีความรู้เฉพาะด้านเป็นพื้นฐานแล้ว ยังต้องใช้เวลาในการฝึกฝนจนกระทั่งแสดงความสามารถให้ออกมาเป็นที่พอใจตนเอง (และผู้ประเมินผลงาน)

องค์กรสามารถนำความรู้มาใช้ประโยชน์ได้ โดยการนำมาเผยแพร่ให้พนักงานนำไปพัฒนาความคิด และทักษะในการทำงาน เพื่อไปประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง ตัวอย่างเช่น Walmart ให้บริการร้านค้าปลีกข้ามชาติ เป็นผู้นำตลาดค้าปลีกในอเมริกา และขยายสาขาไปทั่วโลก ปัจจุบันหนึ่งที่ทำให้ Walmart ประสบความสำเร็จคือ ผู้บริหารที่ชื่อ “Sam Walton” ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มนำกลยุทธ์ “Everyday low prices”



เมื่อถึงคราวความรู้เสื่อมมูลค่า

ความรู้ก็เหมือนสินทรัพย์ประเภทอื่น ที่มีวันเสื่อมมูลค่าไปตามกาลเวลา อาจมีสาเหตุมาจากการที่มีผู้ค้นคว้าสร้างองค์ความรู้ใหม่ไปทดแทนความรู้เก่า หรือความรู้ที่มีอยู่นั้นไม่เหมาะสมกับภาวะในปัจจุบัน

หากองค์กรไม่มีการบริหารจัดการให้ความรู้นั้นทันสมัย และความรู้ที่องค์กรมีอยู่นั้นไม่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป ความรู้ที่มีอยู่นั้นก็อาจเสื่อมค่าลงได้

นอกจากนี้ คู่แข่งยังสามารถนำไปลอกเลียนแบบ (Imitation) สร้างองค์ความรู้ที่คล้ายกันนั้นขึ้นมา หรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ความรู้ที่องค์กรเคยมีอยู่นั้น ก็ไม่สามารถนำมาใช้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อีกต่อไป หากเกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายกรณี ..

ความรู้ที่องค์กรมีอยู่เป็นความรู้พื้นฐาน ไม่ซับซ้อน องค์กรอื่นๆ สามารถเรียนรู้ได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้จากที่เคยมีความแตกต่างทางด้านทักษะในที่ทำงาน ก็กลายเป็นว่ามีความรู้พื้นฐานที่ไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรได้อีกต่อไป

ความรู้ที่ล้าสมัย เช่น สิ่งที่บริษัทลงทุนเพื่อการเรียนรู้มาเมื่อ 10 ปีที่แล้ว อาจจะล้าสมัยไปแล้วเมื่อเทียบกับความรู้ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป ความรู้ที่มีอยู่ในตำราหรือเคยได้เรียนมา ก็ถูกปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น

ความรู้ที่ได้จากการถ่ายทอดจากผู้บริหารที่เป็นหัวหน้างาน หากผู้บริหารที่เป็นหัวหน้างาน ไม่ได้มีการพัฒนาความรู้ให้ทันสมัย ก็ย่อมส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ได้รับการสอนงานได้เช่นกัน หรืออีกตัวอย่างหนึ่งในภาคการศึกษา หากอาจารย์ของสถาบันการศึกษาต่างไม่ทบทวน หรือปรับปรุงทฤษฎีและการสอน ย่อมส่งผลทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้ที่เสื่อมมูลค่า หรือมีค่าน้อยตามไปด้วยเช่นกัน

แนวคิดความรู้ขององค์กรมีวันเสื่อมมูลค่า ยังสามารถนำมาปรับใช้กับระดับบุคคลได้ เช่น ความสามารถทางวิชาชีพที่ติดตัวเราอยู่ในขณะนี้ ก็ย่อมมีวันเสื่อมมูลค่า หรือด้อยกว่าเพื่อนร่วมงานได้เช่นกัน