

การจัดการความรู้ (Knowledge Management)



การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นสาขาที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเริ่มมีการพัฒนาตั้งแต่ พ.ศ. 2539 ซึ่งในระยะเริ่มแรกจะมีการประชุม หนังสือหรือบทความที่กล่าวถึงการจัดการความรู้ไม่มากนัก โดยจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ความรู้ที่ยังไม่มีการถ่ายทอด (Tacit Knowledge) และทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) แต่ปัจจุบันศาสตร์ในเรื่องการจัดการความรู้ได้เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง มีการจัดประชุม หนังสือ และวารสารจำนวนมาก โดยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ผลลัพธ์ คุณค่า ชุมชน ลูกค้า พนักงาน ลูกจ้าง แนวคิด นวัตกรรมและการค้า

การจัดการความรู้จะเริ่มจากการนำปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และการจัดการ มาเปลี่ยนแปลง เป็นความรู้สำหรับนำไปประยุกต์ใช้กับสิ่งต่างๆ โดยผลที่ได้รับจากการจัดการความรู้ได้แก่

- การวัดแบบใหม่ เช่น ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital)
- การตลาดแบบใหม่ เช่น การค้าขายความรู้
- วิธีการแบบใหม่ เช่น ความรู้ลึก
- เครื่องมือแบบใหม่ เช่น *Intelligent Agents*
- การตัดสินใจ ความคิดเห็นแบบใหม่ เช่น จริยธรรมด้านความรู้

สำหรับการตลาดแบบใหม่ได้แก่ ตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic markets) เช่น การประมูล การซื้อขายรถ การตลาดที่เน้นชุมชน การตลาดที่มีส่วนร่วม (Collaborative markets) และตลาดทุนทางปัญญา (IC markets)

แนวโน้มที่จะพบเมื่อเข้าสู่ระบบที่เน้นความรู้ได้แก่

- การนำความรู้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด และกฎเกณฑ์ทั่วไป
- การเปลี่ยนแปลงจากการใช้ความรู้เป็นกลยุทธ์ เป็นการ ใช้ความรู้ในงานประจำ
- การนำทุนทางปัญญามาเป็นความรู้ที่ขายได้
- การนำความรู้ชุมชนมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความรู้ที่สามารถนำมาทำการตลาด
- การเปลี่ยนแปลงการจัดการความรู้เป็นการจัด

ที่มา: David J. Skyrme, D.J. (1998) Knowledge Futures <http://www.skyrme.com>



Caption describing picture or graphic.