

การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Knowledge Management of the Small and Medium Enterprises (SMEs)

to Prepare for ASEAN Economic Community

ดร.นารีนี แสงสุข¹ และดร.ประชา ดันเสนีย์²



บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสภาพและข้อเท็จจริงการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจ และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ (1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วประเทศ สำหรับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 500 คนใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์ (2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ใช้ในการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจท่องเที่ยว รวม จำนวน 21 คน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.00 อายุ 35 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.80 มีอายุทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.60 มีจำนวนรวมพนักงานของกิจการ ไม่เกิน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 28.80 และมีที่ตั้งธุรกิจอยู่ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 23.80 และ (1) จากการศึกษาสภาพและข้อเท็จจริงการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 มิติ คือ มิติคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X}=3.93$) มิติกระบวนการดำเนินการ ($\bar{X}=3.93$) มิติเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X}=3.50$) อยู่ในระดับมาก และ อยู่ในระดับปานกลาง 1 มิติ คือ มิติการจัดการความรู้ ($\bar{X}=3.48$) และ (2) ผลการประชุมสนทนากลุ่มในการพิจารณาแบบแผนการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ

¹ อาจารย์ ดร. ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ ดร. ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตบึงพระรามัญ จักรวรรดิ

ขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักวิชาการ และผู้มีส่วนได้เสีย ผลการประเมินความเหมาะสมและความตรงตามเนื้อหา พบว่า ทุกกลุ่มประเมินผลอยู่ในระดับมากสามารถนำไปประยุกต์ใช้รูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชนได้ต่อไป

คำสำคัญ : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการ การจัดการความรู้

ABSTRACT

This research was to study the knowledge management of Small and Medium Enterprises to prepare for ASEAN Economic Community. With the purpose of (1) to study the facts of knowledge management of the Small and Medium Enterprises to prepare for ASEAN Economic Community (2) to create a model of knowledge management of the Small and Medium Enterprises to prepare for ASEAN Economic Community.

The population used in this research are as follows: (1) the manager or owner of Small and Medium Enterprises for a total sample of 500 people using accidental sampling and using a questionnaire as a tool in research by statistics that are used to analyze the data, including the frequency, mean, percentage, standard deviation, and Chi-Square (2) Focus Group Discussion that has a knowledge and expertise regarding local business tourism in Thailand divided into 3 groups: (1) academics group, (2) industry entrepreneur group and (3) group of stakeholders in the business in total 21 people.

The research results showed that operators of Small and Medium Enterprises, (1) mainly female is 57%, aged 35-50 years is 53.80%, holding Bachelor Degree is 52.80% and have working experience below 10 years are 41.60%. The total amount of employees is less than 15 persons is 51.20%, mainly business is food and beverage are 28.80%, Business Area is Located Southern Thailand is 23.80%. The preparation level of the Small and Medium Enterprises knowledge management is in Good Level ($\bar{X}=3.70$) when considering the dimensions were in Good Level 3: Dimensions of Entrepreneurship ($\bar{X}=3.93$) Dimensions of Operation Process ($\bar{X}=3.93$) Dimensions of Information Technology ($\bar{X}=3.50$) level is in Good Level and there is a Moderate Level 1 which is Knowledge Management Dimension ($\bar{X}=3.48$).

The result of Focus Group Discussion to consider the model of Small and Medium Enterprises of Knowledge Management for AEC preparation. The group consists of a group of Entrepreneurs, Academics, and Stakeholders. Appropriate assessment and meet the content result was found the evaluation in Good Levels which means that the small and medium enterprise knowledge management model for AEC preparation be applicable and able to be used for the public.

Keywords : ASEAN Economic Community, entrepreneurs, knowledge management

บทนำ

รัฐบาลในปัจจุบันมีการสนับสนุนให้มีการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการโดยการเน้นแนวทางจัดการและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจการค้า และการลงทุนของสถานประกอบการ และจะส่งผลโดยรวมต่อระบบเศรษฐกิจประเทศในที่สุด อีกทั้งการที่ประเทศไทยเข้าร่วมการเป็นสมาชิกอาเซียนอย่างเป็นทางการ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนประเทศ 10 ประเทศจึงถือว่าเป็นเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ที่ต้องร่วมมือกัน เพื่อให้มีความเข้มแข็งในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งมีการร่วมลงนามในปฏิญญาให้เป็นประชาคมเดียวกันให้สำเร็จภายใน พ.ศ. 2558 ทั้งนี้ในการนำอาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งหมายถึงผลกระทบในการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีใน 5 สาขา ประกอบด้วยสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน และแน่นอนว่าการเปิดเสรีดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอีกด้วย ในส่วนของแนวทางปรับตัวของสินค้าอุตสาหกรรมนั้น ผู้ประกอบการควรหันมาแข่งขันด้านคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้สำหรับเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยปัจจุบันมีการกำหนดเป็นแม่บทของการท่องเที่ยวและมอบหมายให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำหน้าที่ให้คำปรึกษาเพื่อจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 โดยกำหนดนโยบายจัดทำยุทธศาสตร์ทั้งระยะสั้น และระยะยาว เมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2552 และกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) โดยให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีด

ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลกสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรมสมดุลและยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) โดยรัฐบาลเห็นความสำคัญในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ ธุรกิจ-อุตสาหกรรมโรงแรม และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพราะเป็นแหล่งสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย จะเห็นได้จาก ปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนเงิน 1,207,145.82 ล้านบาท จากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 26,546,725 คน ถือว่าเป็นรายได้ที่เป็นสัดส่วนสำคัญและเป็นรายได้หลักของประเทศไทย (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

สำหรับประเทศไทย นายอุดม ศรีมหาโชตะ ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์สมาคมโรงแรมไทยและอุปนายกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันตก กล่าวว่า ข้อตกลงการเปิดตลาดบริการสาขาท่องเที่ยว ตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะมีผลบังคับใช้ใน ปี พ.ศ. 2558 จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 70 เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวไทยนั้นไม่ได้แข่งขันเฉพาะ 10 ประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเท่านั้น แต่หลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกลุ่มประเทศนอกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ประเทศในยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ก็สามารถเข้ามาใช้สิทธิของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเข้ามาลงทุนแข่งได้

อีกทั้งนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาลยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาปฏิรูปเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเน้นการขับเคลื่อนด้วยภาคเอกชน ดังนั้นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จึงถือเป็นเทคโนโลยีหรือเครื่องมือในการทำงานโดยเฉพาะข้อมูล

ข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ และเป็นตัวควบคุมในการดำเนินธุรกิจได้ถูกนำมาสนับสนุนเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจบนฐานความรู้ที่ให้บริการในลักษณะที่เป็นในการสร้างสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง (High Value Service)

จากประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น พบว่าหลายองค์กรธุรกิจในปัจจุบันเห็นความสำคัญในการนำแนวคิดการจัดการความรู้เพื่อให้เกิดการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการเรียนรู้ เป็นแนวทางในการจัดการความรู้ที่เน้นความสนใจที่ระบบเทคโนโลยี โดยนำเทคโนโลยีมาใช้จัดระบบข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ ในองค์กร ตลอดจนแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมทุกอย่างระหว่างกันได้ทั่วทั้งองค์กรผ่านการให้รหัสข้อมูลฐานข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในองค์กร (Morten et al., 2002) ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในมิติการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย เพื่อให้สามารถเติบโตอย่างสมดุล ต่อเนื่อง และยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยฐานความรู้และความสามารถในการเชิงทักษะฝีมือ (Knowledge-Skill Based) ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถมีบทบาทเป็นกลไกหลักขับเคลื่อนสู่การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วประเทศ จำนวน 2,763,997 ราย (ใช้ข้อมูลอ้างอิงจากสำนักงาน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จากรายงานสถิติจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2556) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 500 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจัดทำตารางคัดเลือก เป็นภาค และจังหวัด ดังนี้ ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี สมุทรปราการ ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ ภาคอีสาน ได้แก่ นครราชสีมา ศรีสะเกษ ภาคใต้ ได้แก่ นครศรีธรรมราช ชุมพร

กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ใช้ในการประชุมกลุ่มย่อยเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 5 คน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 11 คน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจ จำนวน 5 คน เช่น ลูกค้า มัคคุเทศน์รวม จำนวน 21 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม เรื่อง การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจำแนกตามองค์ประกอบ จำนวน 4 มิติดังนี้ (1) มิติคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ (2) มิติกระบวนการดำเนินการ (3) มิติเทคโนโลยีสารสนเทศ และ (4) มิติการจัดการความรู้ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแนวคิดของ Likert โดยผู้วิจัยมีวิธีการสร้างเครื่องมือ โดยศึกษาจาก เอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลมาสร้างเป็นแบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบและหาความถูกต้องทางวิชาการ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ เพื่อให้แบบสอบถามสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่คล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำข้อมูลแบบสอบถามที่ได้บันทึกลงไปยังฐานข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ประมวลผล เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha ด้วยวิธีของ Cronbach (อ้างถึงใน สมบูรณ์ และคณะ, 2543) ค่า Cronbach's Alpha ที่ 0.884 ซึ่งค่าที่ได้ถือว่าเป็นแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลทั่วประเทศ โดยการเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามในแต่ละชุด เมื่อตรวจสอบความถูกต้องจนครบ 500 ฉบับเพื่อมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล และใช้ค่ามัธยฐาน (Arithmetic Mean) และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) อธิบายตัวแปรด้านการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการวิเคราะห์ในการศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้วิธีการ ไค-สแควร์ (Chi-Square)

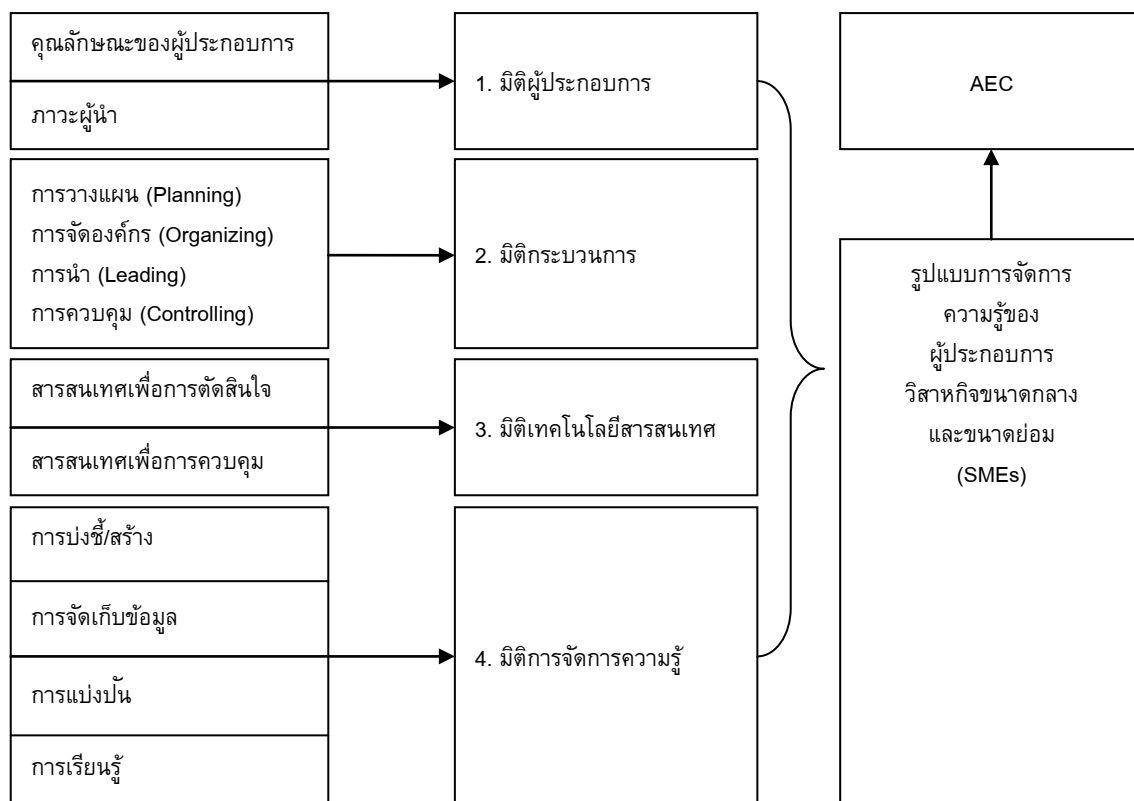
การจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษาในขั้นแรก มาจัดทำเป็น (ร่าง) รูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เพื่อเตรียมความพร้อม สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มาจัดประชุมสนทนากลุ่ม เพื่อพิจารณาความเหมาะสมตรงตามเนื้อหาของรูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มนักวิชาการ จำนวน 5 คน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 11 คน และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในธุรกิจ จำนวน 5 คน รวม จำนวน 21 คน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.00 อายุ 35 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.80 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.80 มีอายุทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.60

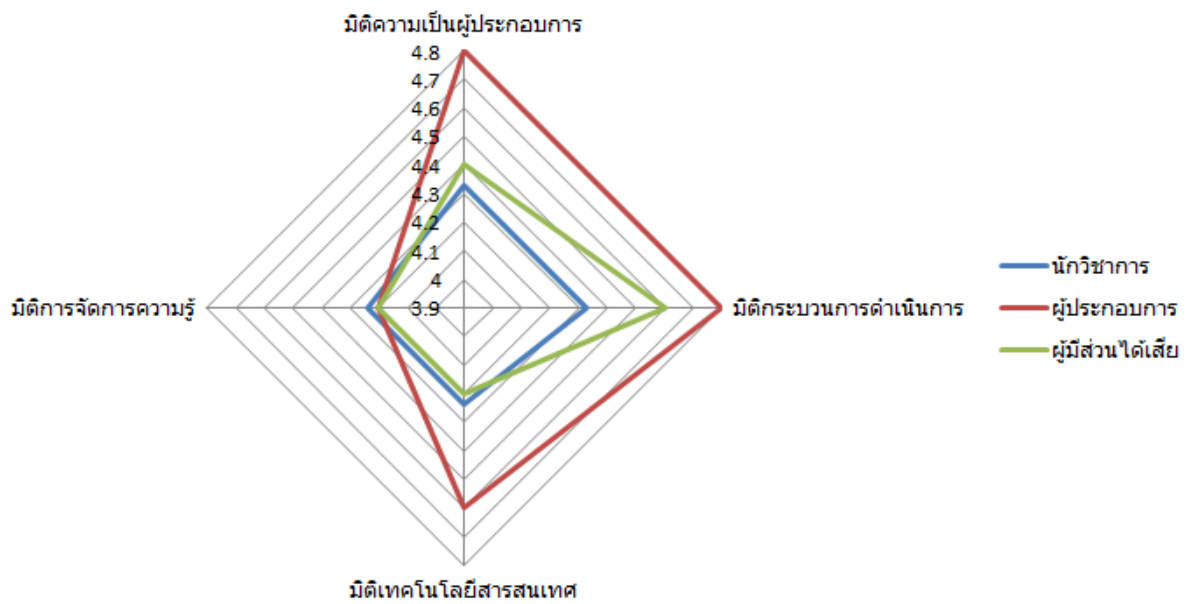
2. การศึกษาสภาพและข้อเท็จจริงการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 มิติ คือ มิติคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X}=3.93$) มิติกระบวนการดำเนินการ ($\bar{X}=3.93$) มิติเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X}=3.50$) อยู่ในระดับมาก และ อยู่ในระดับปานกลาง 1 มิติ คือ มิติการจัดการความรู้ ($\bar{X}=3.48$) ดังแสดงในภาพ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. ผลการประชุมสนทนากลุ่มในการพิจารณา รูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักวิชาการ และผู้มีส่วนได้เสีย ผลการประเมินความเหมาะสมและความตรงตามเนื้อหา พบว่า การประเมินผลของทุกกลุ่มอยู่ในระดับมาก และการพิจารณาประเมินความเหมาะสมและความตรงตาม

เนื้อหาของแต่ละกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นในการประเมินว่ามีความเหมาะสมและความตรงตามเนื้อหาอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่ารูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ และนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชนได้ ดังภาพ 2



ภาพที่ 2 ผลการประเมินรูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สรุปและวิจารณ์ผล

จากการศึกษา เรื่อง การจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ ผู้ประกอบการจะมีความเห็นให้ความสำคัญ เรียงตามลำดับ ดังนี้ คือด้านมิติคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ มิติกระบวนการดำเนินการ มิติเทคโนโลยีสารสนเทศ และให้ความสำคัญในมิติการจัดการความรู้น้อยที่สุด ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในมิติคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการบริหารธุรกิจนั้น แนวทางการจัดการในการขายหรือบริการจะต้องยึดหลักบนความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นในการทำงานได้อย่างบรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ พจนานัตน์ (2551) ศึกษา เรื่องการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนทางไกลระดับปริญญาสาขาวิชาการตลาด สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม (SMEs) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1.1 การกล้าเสี่ยง (Risk Taking) โดยผู้ประกอบการต้องรู้จักหาทางเลือกไว้มากมาย และใช้เวลาศึกษาวางแผนทางการตลาด มีหลักการบริหารภายใต้เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และหน่วยงานของรัฐบาลซึ่งต้องศึกษาอย่างละเอียดและต่อเนื่อง

1.2 โดยมองโอกาสแห่งความเป็นไปได้ มีการพิจารณาละเอียดถี่ถ้วน ใช้ความคิดสติปัญญาความสามารถ ทำงานหนัก ททุ่มเทเวลาให้กับงาน รู้จักนำมาแก้ไขความผิดพลาดเพื่อให้ไปสู่ความสำเร็จ จุดมุ่งหมายอาจไม่ได้อยู่แค่กำไรอย่างเดียว แต่จะทำให้ขยายความเจริญแก่กิจการ

1.3 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิมมาใช้กับการบริหารธุรกิจ เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ปรับปรุงการผลิตตลอดเวลา นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อปรับปรุงการดำเนินการและลดต้นทุน

1.4 รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย โดยการตั้งเป้าหมายและพยายามทำไปให้ถึงเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายจะต้องคิดว่าทำอะไร จะเกิดอะไร จะแก้ไขอย่างไร มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค เพื่อเตรียมป้องกันที่จะเอาชนะ อุปสรรคนั้น

ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องมีจิตสำนึกของจริยธรรมทางธุรกิจในด้านคุณธรรมซึ่งสอดคล้องกับ Deborah (2008) วิจัยเรื่อง บุคลิกภาพส่วนบุคคล และวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ กล่าวว่ารายละเอียดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งปรากฏในงานวิจัยนี้พบว่า ผู้ประกอบการที่มีบุคลิกภาพในเชิงรุกที่สามารถรองรับต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลเป็นแรงผลักดันและดึงดูดของการกระทำ คือการที่ผู้ประกอบการเหล่านี้มีการจัดการด้านการสร้างความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) ซึ่งจะมีแนวโน้มต่อการเป็นผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้จะมีการอธิบายขั้นตอนการให้คำปรึกษากับผู้ประกอบการที่จะพัฒนาของศูนย์รูปแบบที่ปรึกษาทางวิชาการด้านสังคมและธุรกิจของผู้ประกอบการ (ACSB) ซึ่งในงานวิจัยต่าง ๆ นี้ต้องการสนับสนุนกับกลุ่มผู้ประกอบการให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพวกเขาเป็นเรื่องของกลยุทธ์ทางธุรกิจและประสิทธิภาพการทำงาน ที่มีความเชื่อมโยงกัน โดยผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจและฝึกฝนพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ (EQ)

2. สภาพการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในมิติกระบวนการดำเนินการนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการสื่อสารโดยใช้ภาษาต่างประเทศในการใช้ติดต่อสื่อสารนั้นเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนั้น ผู้ประกอบการต้องรู้จักการบริหารธุรกิจโดยยึดลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียเป็นสำคัญ รวมทั้งการบริหารจัดการบุคลากรเพื่อให้เกิดความรักและผูกพันต่อองค์กร เพราะแนวทางในการดำเนินธุรกิจปัจจุบันจะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับ

บุคลากรที่มีศักยภาพเพราะถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Levent (2001) เรื่อง อิทธิพลทางด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการทางด้านสังคม-วัฒนธรรม ที่มีผลต่อการวางแผนทางการเป็นผู้ประกอบการบริษัทขนาดเล็ก ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการจะเป็นปัจจัยบวกที่ส่งผลกระทบต่อทางการวางแผนทางการผู้ประกอบการในบริษัทที่สำเร็จ ซึ่งในการการศึกษาเจ้าของธุรกิจที่มีทักษะและความตั้งใจซึ่งแสดงให้เห็น ถึงการที่ผู้ประกอบการนั้นมีความเข้าใจในตัวลูกค้าและสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของพวกเขาเหล่านั้น

อนึ่ง ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการกำหนดวิสัยทัศน์และดำเนินกลยุทธ์ ตามที่ท่านได้วางไว้ และท่าน ใช้เทคนิคในการสั่งการตามอำนาจหน้าที่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sooksan (2007) ศึกษาเรื่องผลกระทบด้านวิสัยทัศน์ของลูกค้าและความพึงพอใจของพนักงาน จากการสังเกตการณ์โดยการสอยยันในด้านความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของวิสัยทัศน์ ที่มีความกระชับ ชัดเจนและนำเสนอในความท้าทายที่เป็นนามธรรม ซึ่งจะมีความหมายในการวางแผนทางในอนาคตและสิ่งที่ปรารถนาไว้ในวิสัยทัศน์ และเนื้อหาต่าง ๆ จะระบุในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าและในส่วนของพนักงาน ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารวิสัยทัศน์ในการจัดวางตำแหน่งขององค์กรเพื่อการสร้างแรงจูงใจให้เพิ่มขีดความสามารถให้พนักงานมีความรู้สึกมุ่งมั่นต่อการใช้วิสัยทัศน์ดังกล่าว

3. สภาพการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในมิติเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในการลงทุนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพราะถือว่ามีความจำเป็นสำหรับกิจการในการดำเนินงานในปัจจุบัน เพราะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนให้พนักงานทำงานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ และถือว่าคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญของบุคลากรที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยของ Anil et al. (2011) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจโรงแรม กล่าวว่า หลาย ๆ องค์กรต้องรู้จักในการประเมินเพื่อการพัฒนาและนำโครงการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อมาสนับสนุนงานให้สามารถนำไปสู่การได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งปัจจุบันการตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศ สิ่งที่ต้องพิจารณาและต้องคำนึงถึง คือ ประเภทของการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศ ความซับซ้อนของเทคโนโลยีทักษะการจัดการและการที่จะบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่รวมทั้งเงินลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่ประโยชน์ที่จะได้ คือ การที่องค์กรสามารถนำไปสู่การที่มีสมรรถนะเหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยปัจจุบันความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจะส่งผลต่อการลดค่าใช้จ่ายความคล่องตัวทางด้านนวัตกรรมเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้ารวมทั้งการให้บริการลูกค้าที่ดีขึ้น นอกจากนี้สอดคล้องกับ Lee (2006) อธิบายวิธีการสร้างสังคมการเรียนรู้ผ่านกระบวนการ e-Learning ในประเทศเกาหลีว่าตัวแปรสำคัญในการพัฒนาด้านสังคมและเศรษฐกิจของสังคมการเรียนรู้คือ การแบ่งสรรและขยายขอบเขตขององค์ความรู้และข้อมูลข่าวสาร เพื่อรองรับความต้องการทางด้านการส่งต่อข้อมูล ทั้งนี้ ความรวดเร็วในการรับส่งข้อมูลข่าวสารได้รับการพัฒนาและทำให้การติดต่อสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นโดยการเชื่อมต่อข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งผ่านข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในตัวแปรที่มีความสำคัญของสังคมการเรียนรู้ และเนื่องด้วยเหตุผลทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ประเทศหลายประเทศทั่วโลกได้กำหนดมาตรการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยมุ่งเน้นที่การรับส่งและขยายขอบเขตข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดย e-Learning ได้กลายเป็นทางเลือกใหม่ในการให้ความรู้และฝึกฝนทรัพยากรมนุษย์ในประเทศที่เน้นสังคมแบบการเรียนรู้ ทั้งนี้ ประเทศเกาหลีได้มีความคิดริเริ่มที่จะนำ e-Learning มาเป็นสื่อ

ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของชาติ โดยวิธีดังกล่าวได้รับการยอมรับและมีการนำไปใช้อย่างกว้างขวาง เพราะไม่มีอุปสรรคทางด้านเวลาและการจัดเก็บของข้อมูล อีกทั้งยังเหมาะสมกับการขยายขอบเขตของความรู้ผ่านการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์อีกด้วย

4. สภาพการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในมิติการจัดการความรู้นั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อการกำหนดองค์ความรู้ ที่จำเป็นขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยของ สมนึก (2553) ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย กล่าวว่า องค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบของกระบวนการจัดการความรู้ คือ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การเก็บความรู้ และการใช้ความรู้ เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย โดยประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยความสามารถในการจัดการความรู้ ใน 6 ด้าน คือ เทคโนโลยี โครงสร้าง วัฒนธรรม ความเชี่ยวชาญ การเรียนรู้ และสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ Squier and Snyman (2004) ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้ในองค์กรทางการเงิน 3 แห่ง ในแอฟริกา เพื่อสำรวจการใช้เครื่องมือในการจัดการความรู้โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กร และส่งแบบสอบถามทางอีเมล จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ที่สำคัญในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมของการแข่งขันที่รุนแรงขณะนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ องค์กรต้องมีการจัดการความรู้และเทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนการจัดการความรู้ โดยเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อีเมล แหล่งเก็บข้อมูล และการจัดการเอกสาร และ Yu, Kim, and Kim (อ้างถึงใน เมืองปาย, 2555) ได้ศึกษาการเชื่อมโยง การจัดการความรู้ในองค์กรเพื่อศึกษาปัจจัยในการขับเคลื่อนความสามารถในการ

จัดการองค์ความรู้ขององค์กรจากบริษัทในประเทศเกาหลี ทั้งหมด 66 บริษัท ผลการศึกษา พบว่า การจัดการความรู้เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนขององค์กร และการจัดการความรู้ในลักษณะทำงานร่วมกันแบบทีมงานจะมีความสำคัญมากกว่า เนื่องจากบุคคลสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้ และก่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กร และมีทัศนคติที่ดี นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องให้บุคลากรนำความรู้ไปพัฒนางานที่ตนเองรับผิดชอบ โดยผู้ประกอบการต้องมอบหมายให้บุคลากรทุกคนจัดทำระบบงานให้สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานจริงได้ และต้องสนับสนุนให้องค์กรเห็นความสำคัญในการจัดประชุม/สัมมนา/แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ประชา (2550) เรื่องรูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (มหาชน) ในกลุ่มอุตสาหกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยพบว่า อิทธิพลตัวบ่งชี้ที่เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ผ่านปัจจัยการพัฒนาบุคลากรด้านบริหาร คือ การเรียนรู้จากการปฏิบัติ การพัฒนาตนเอง ความเป็นภาวะผู้นำการดำเนินการดำเนินชีวิต เพื่อความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานความคิดในการสร้างวิสัยทัศน์แบบเน้นการมีส่วนร่วม การบริหาร การเปลี่ยนแปลง การสร้างทีมงาน การทำงานเป็นทีม การสนับสนุนการทำงานเป็นทีม โครงสร้างระบบการคิด การคิดอย่างเป็นองค์รวม โดยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวกสูงที่สุด คือ การเรียนรู้จากการปฏิบัติ การสร้างทีมงาน และการคิดอย่างเป็นองค์รวม

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผลจากการวิจัยสภาพการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนพบว่า คุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการบริหารธุรกิจนั้น มิติกระบวนการดำเนินการ มีน้ำหนักความสำคัญสูงที่สุด กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ควรมีแนว

ทางการจัดการในการขายหรือบริการที่จะต้องยึดหลักในด้านความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความมุ่งมั่นในการทำงานได้อย่างบรรลุเป้าหมาย ภายใต้จิตสำนึกของจริยธรรมทางธุรกิจในด้านคุณธรรมนั้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการและถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญดอกหนึ่ง (Key Success) ในการสร้างองค์กรในการกำหนดนโยบาย แผนกลยุทธ์ต่างๆ ขององค์กร นำสู่การปฏิบัติ และเป็นผู้ประกอบการจะเป็นผู้ชี้แนะ สืบให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจ และเกิดการเรียนรู้จนสามารถนำไปใช้ได้กับการปฏิบัติงานได้ นอกจากนั้นควรสร้างแรงจูงใจต่อการแก้ปัญหาจากการทำงาน มากกว่าการทำงานตามคำสั่งเท่านั้นซึ่งจะไม่เป็นการพัฒนาความสามารถบุคลากรได้อย่างแท้จริง ซึ่งในการพัฒนาตนเองสำหรับผู้ประกอบการที่ควรมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านต่าง ๆ เช่น จริยธรรมทางธุรกิจ การติดต่อสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานต่าง ๆ ทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่นอกจากนั้นจากการวิจัยยังพบว่า การบริหารองค์กรในรูปแบบการทำงานเป็นทีม โดยจัดให้มีการเปลี่ยนแปลงและค้นคว้าวัฒนธรรมใหม่ที่เหมาะสมกับองค์กร นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กรของบุคลากร รวมทั้งการสร้างมิติกระบวนการดำเนินการของผู้ประกอบการที่ร่วมกันในการกำหนดเป้าหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรยากาศในการทำงานเป็นทีม ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญของการคิดแบบเป็นระบบที่สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิตมีค่านิยมในการสร้างองค์กรแห่งความสุข

2. ผลจากการประเมินความเหมาะสมและความตรงตามเนื้อหาของความเป็นไปได้ของรูปแบบการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์กร โดยนำรูปแบบเพื่อพัฒนา

ผู้ประกอบการในการเตรียมความพร้อมนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารและการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการให้มีคุณภาพและก่อให้เกิดบรรยากาศในการเรียนรู้ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่ควรศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคตเพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการจัดการในอนาคตเพื่อให้ได้องค์ความรู้และข้อยืนยันที่กว้างขวางชัดเจนและแน่นอนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า ควรทำการวิจัยเชิงลึก เพื่อศึกษารูปแบบเพื่อการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความรู้ของผู้ประกอบการ โดยศึกษาว่ามีปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยการมองในลักษณะองค์รวมเป็นสำคัญ ซึ่งจะทำให้ได้ประเด็นต่าง ๆ ว่าองค์กรที่ได้เปรียบการแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้นมีวิธีหรือรูปแบบการจัดการขององค์กรของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของทุกคน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559/กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ประชา ดันเสนีย์. 2550. รูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพของผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (มหาชน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พนารัตน์ แซ่ลิม. 2551. การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนทางไกลระดับปริญญาสาขาวิชาการตลาด สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมืองปาย รัฐสุราษฎร์. 2555. ความพร้อมและแนวทางการจัดการเรียนรู้สู่ประชาคมอาเซียน ของโรงเรียนราชวินิตบางแก้ว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 6. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2556. รายงานประจำปี 2555 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. 2553. ความสามารถในการจัดการความรู้กับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมบุญ สิริวงค์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เรืองศรี. 2543. ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา (educational research methodology). กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

Anil Bilgihan, Fevzi Okumus, Khaldoon "Khal" Nusair and David Joon-Wuk Kwun. 2011. Information technology applications and competitive advantage in hotel companies. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 2(2): 139-153.

Deborah, Hurst. 2008. Aligning personal and entrepreneurial vision for success-The entrepreneur counseling model of the Acadia Centre for Social and Business Entrepreneurship. Journal of Enterprising Communities: People and Place in the Global Economy, 2(4): 367-386.

- Lee, H. 2006. Creating a knowledge-based society through e-Learning in Korea. *International Review*, 54(5): 529-540.
- Levent A. 2011. The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(4): 673-694.
- Morten, T. H., Nitin, N., Thomas, T., Keith, C and Steven, E. P. 2002. การสร้างกลยุทธ์ในการจัดการความรู้
- Sooksan Kantabutra. 2007. Vision effects in customer and staff satisfaction: An empirical Investigation. *Leadershi and Organization Development Journal*, 28(3): 209-229.
- Squier, M., and Snyman, R. 2004. Knowledge management in three financial organisations: A case study. *Aslib Proceedings*, 56(4): 234-242.