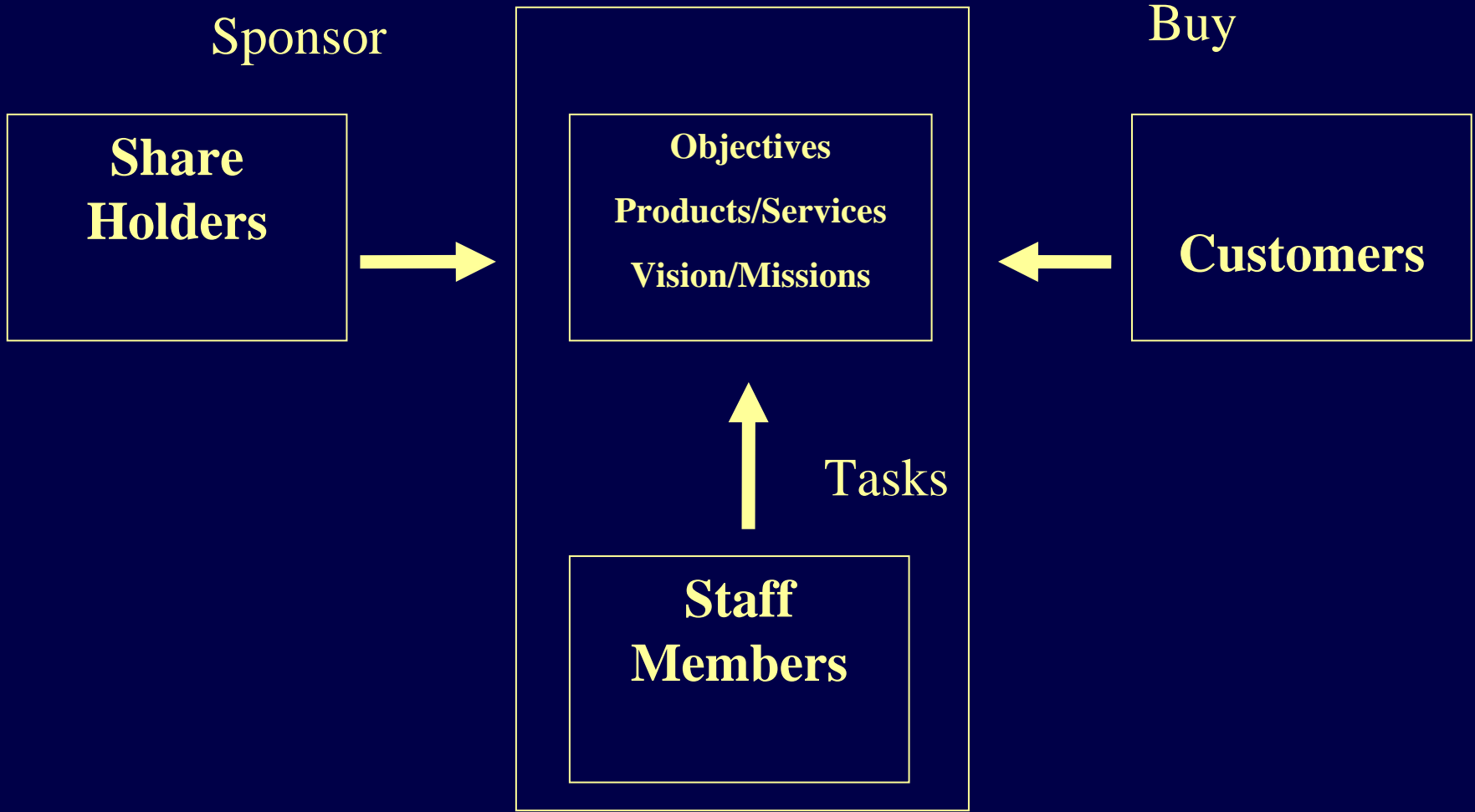


Introduction to KM

Dr.Nopasit Chakpitak

College of Arts, Media and Technology

Chiang Mai University



การจัดการความรู้ = การบริหารแบบบูรณาการ

- ความรู้ Knowledge = Specialized People คนพิเศษ
- Knowledge Economy และ Knowledge Workers
- CEO/CKO “High Grade Specialist and Indeed an Artist”
- ความกระหายในการแก้ปัญหาร่วมกัน Synergy = Harmonization
- ปัญหา = “Teaching The Smart People How to Learn”

จุดเน้น (Focus) ของการจัดการความรู้

- การพัฒนากลุ่มนักปฏิบัติหรือผู้ทำงานใช้ความรู้ (Communities of Practice/Knowledge Workers Development)
- การสร้างแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับสถานการณ์ขององค์กร (Best Practice Development)
- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

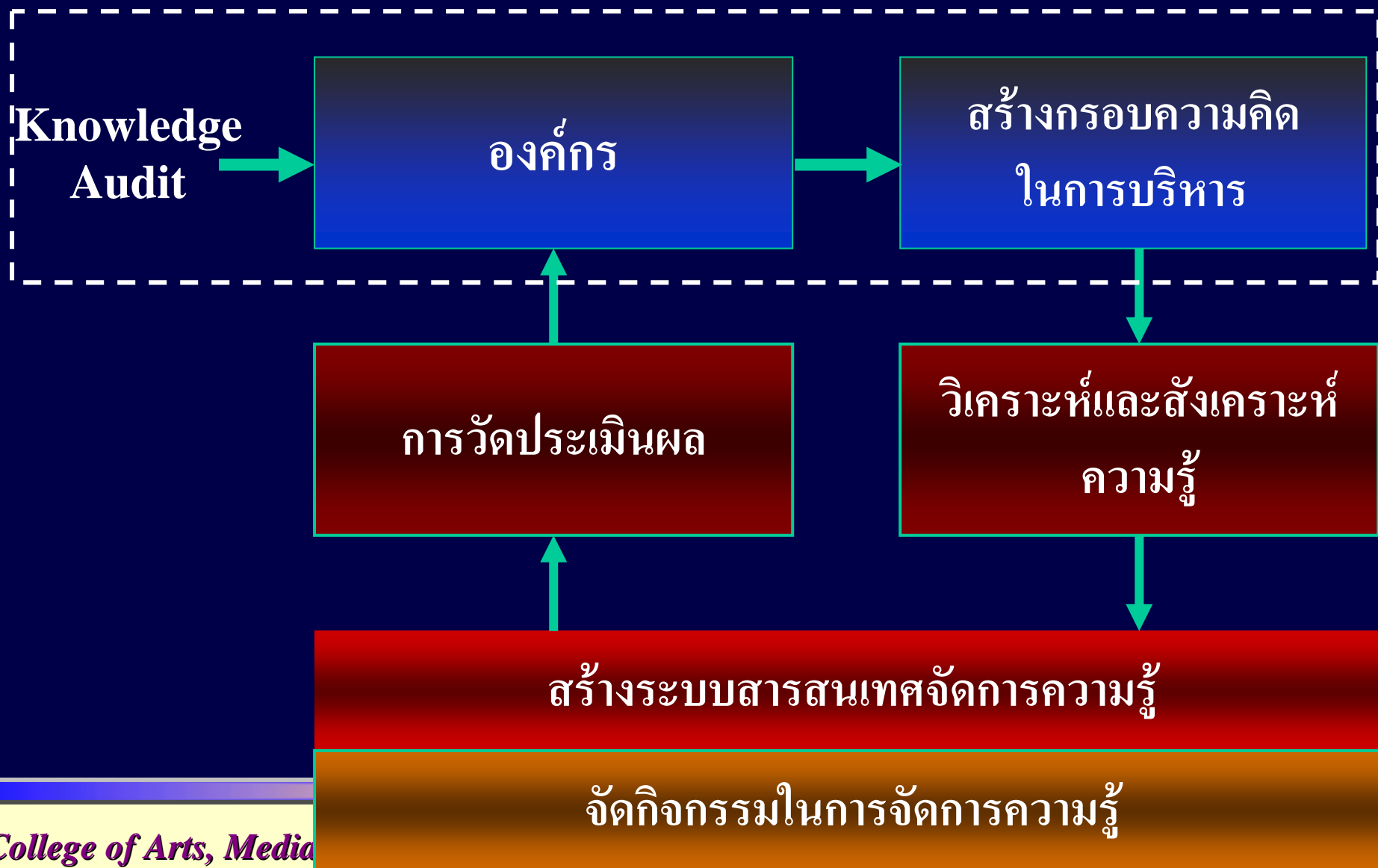
ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

- การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหา
- การลดเวลาในการทำงาน
- การลดความเสี่ยงขององค์กร ในการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม

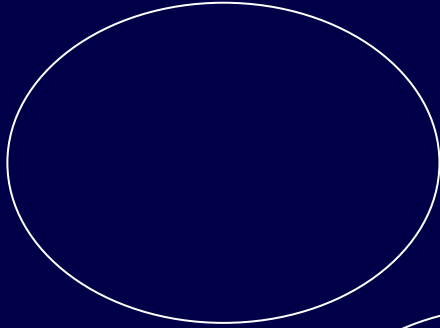
ผลระยะยาวที่คาดหวัง

- ความสามารถในการแข่งขันและการเรียนรู้ขององค์กร
- ความสามารถในการจัดการการเปลี่ยนแปลง
- การสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการในการจัดทำ KMS



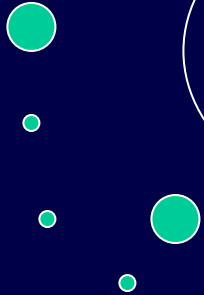
Inference งบประมาณ



Inference วิธีเดินทาง = Taxonomy

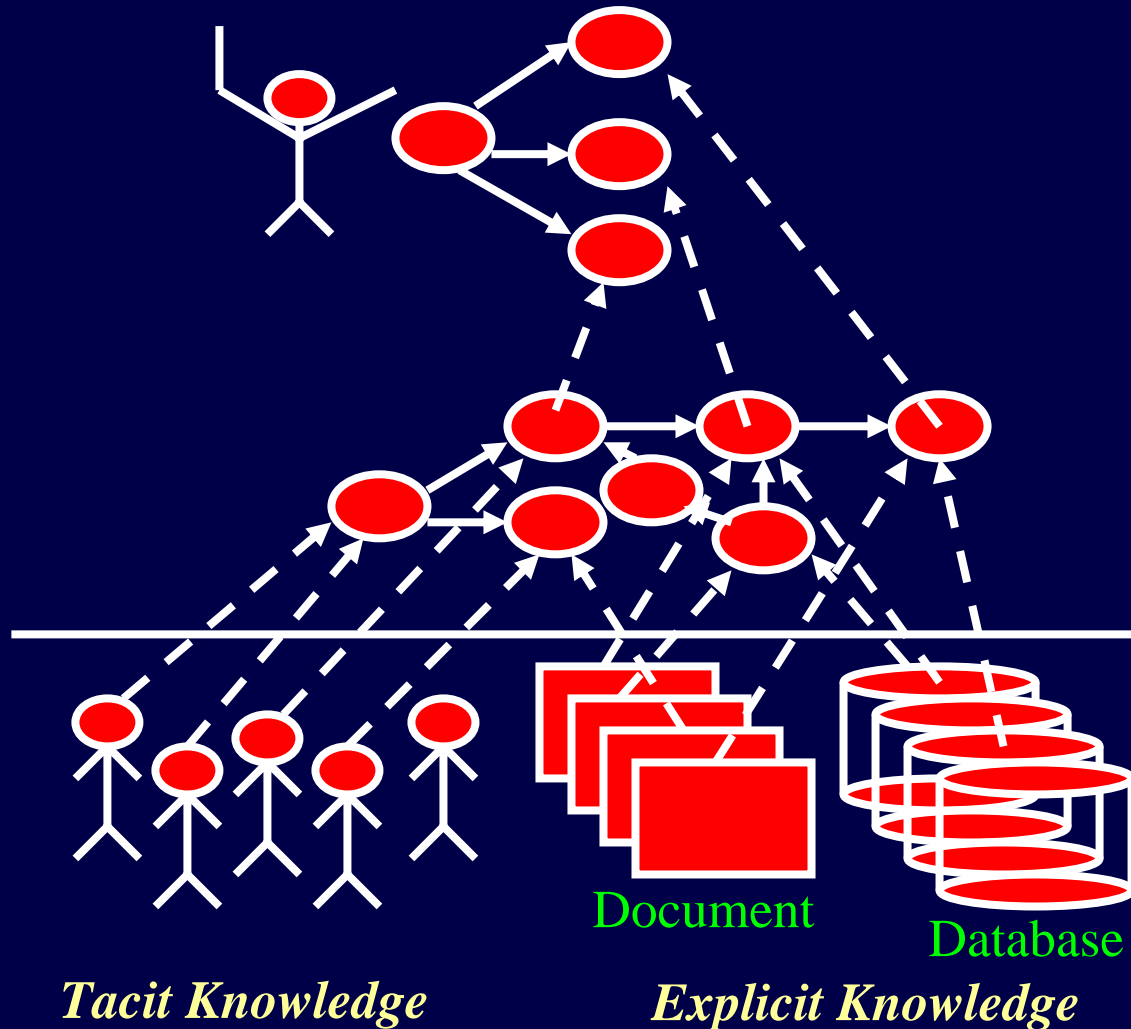
Domain Concept

รถยนต์
รถไฟ
เครื่องบิน



Task เดินทาง

KMS = Resulting Hub of Data, Information and Knowledge



Contexts: Management
Knowledge Maps for
Decision Making

Concepts: COPs
Knowledge Maps for
Problem Solving

Contents:
Repository
Knowledge

Tacit Knowledge

Explicit Knowledge

องค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการจัดการความรู้

- แผนที่ความรู้ (Knowledge Map)
- ระบบจัดการเอกสาร (Document Management System)
- ระบบสนทนาปัญหาต่อเนื่อง (Forum Discussion System)
- ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญความสามารถในการแก้ไขปัญหาขององค์กร (Capability Management System)
- ตัวอย่างการแก้ปัญหา (Lesson Learned Knowledge Base)
- เทคโนโลยีประสานงานช่วยกันคิดช่วยกันทำ (Collaborative Technology)

ความแตกต่างระหว่างระบบจัดการความรู้กับระบบบริหารหรือระบบสารสนเทศอื่น ๆ

- มุ่งเน้นความรู้ในการแข่งขัน
- มีการกำหนดผู้รับผิดชอบความรู้อย่างน้อย Knowledge Engineer/Analyst
- การปรับปรุงการสื่อสารระหว่างกลุ่มนักปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง
- องค์กรต้องมีความพยายามในการบริหารจัดการความรู้เพื่อสร้างมูลค่า ไม่ว่าจะที่ไหนเมื่อไรก็ตาม “Wherever and Whenever” ที่ผู้ต้องการความรู้โดยเฉพาะ นักปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติ ลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้เสีย ต้องการ

มุมมองวิชาการ KM แบบต่าง ๆ

