

สินค้านั้นล่วงหน้า และเหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อสินค้านั้นจะมีต้นทุนต่ำขายได้ราคาสูง 3. ต้องมีความสนใจ และตั้งใจต่อการทำผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อให้มีความสม่ำเสมอของรสชาติและคุณภาพที่ดี

4. ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร 5. ต้องมีความรู้ในสารปรุงแต่งอาหารที่ใช้ อย่างแม่นยำด้วย (<http://www.ku.ac.th>)

4. แนวทางการยกระดับมาตรฐานของสินค้า

ปัจจุบันปัญหาและอุปสรรคทางการค้านอกจากการกีดกันด้านภาษีแล้ว ยังมีมาตรการในด้านของมาตรฐานสินค้าเข้ามามีส่วนในควบคุมสินค้าด้วย (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, 2553) ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากเกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิตและผู้ประกอบการรายย่อย ขาดความรู้ความเข้าใจในด้านสุขอนามัย รวมถึงการวางแผนควบคุมการผลิตยังไม่ครอบคลุมทุกขั้นตอนจึงทำให้การผลิตสินค้าเกิดความผิดพลาดและผลิตภัณฑ์ที่ได้ไม่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในตัวสินค้า

การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะต้องปรับแก้ในระบบห่วงโซ่อุปทาน โดยหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกรและหาแนวทางเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพื่อการผลิตสินค้าที่ตรงตามมาตรฐาน (<http://www.thaigap.org>) เช่นเดียวกันกับ ศรีบุญญาและคณะ (2551) ที่กล่าวว่า การควบคุมคุณภาพมาตรฐานเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้มั่นใจในตัวสินค้า อีกทั้งยังช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาด รวมถึงผู้บริโภคที่สามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการของระดับคุณภาพ ซึ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความต้องการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีความน่าเชื่อถือและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังจะต้องมีส่งเสริมการขายโดยการนำเสนอสินค้า การประชาสัมพันธ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามทันสมัย และแหล่งจำหน่ายสินค้าต้องมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ดังนั้นการยกระดับมาตรฐานสินค้าไทยและการเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรรายย่อยตลอดจนถึงระดับผู้ประกอบการ จะเป็นการสร้างโอกาสการในการแข่งขันทางการค้าและเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเข้มแข็งต่อไป

5. การพัฒนาองค์กรกลุ่มโดยกระบวนการจัดการความรู้

“ความรู้” ถือเป็นสินทรัพย์อย่างหนึ่ง มีการจัดการความรู้ที่ดีกว่า ย่อมมีการพัฒนาองค์กร ความรู้ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดประโยชน์อย่างมาก ต่อองค์กร ความรู้จึงเป็นเหมือน

เครื่องมือที่ทำให้การดำเนินการต่างๆ ขององค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็วและรวดเร็ว ในการได้มาซึ่งความรู้ขององค์กรนั้นจำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการความรู้ การสำรวจและวางแผนความรู้ การพัฒนาความรู้ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้เพื่อให้ความรู้ในองค์กรสามารถช่วยให้การดำเนินการต่างๆ ขององค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

การจัดการความรู้ คือ แนวทางที่เป็นระบบและเป็นอันหนึ่งเดียวกันในการจำแนก การจัดการ และการแบ่งปันแลกเปลี่ยนทรัพย์สินที่เป็นสารสนเทศ (The US Department of Army อ้างใน ไกรวุฒิ, 2549) เช่นเดียวกับ Rumizen (2002) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นขบวนการในการสร้างความรู้ (Dell and Grayson, 1998) แบ่งปันและขยายผลความรู้ที่องค์กรต้องการ ได้กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้คนได้รับความรู้ที่ต้องการภายในระยะเวลาที่เหมาะสม ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ก่อนนำไปปฏิบัติ เพื่อยกระดับและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรให้ไปสู่ผลสำเร็จ

ในการพัฒนาบริหารจัดการความรู้ ยีน (2546) ได้อธิบายว่า ต้องอาศัยองค์ประกอบหลักหลายอย่าง ได้แก่ ผู้นำ (Leadership), วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมในองค์กรเป็นเรื่องสำคัญ การสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับพนักงานในองค์กร ผู้นำจะต้องเป็นตัวอย่างปฏิบัติที่ดีแก่พนักงานในองค์กร, การเข้าถึงแหล่งความรู้ (Access) ต้องเข้าถึงได้ตรงตามความต้องการ ทันเวลาและทันสมัย, เทคโนโลยี (Technology) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดการ, วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ต้องเริ่มจากฝ่ายบริหารระดับสูงและไล่ระดับลงมาจนถึงพนักงานระดับล่างและบรรยากาศอิสระแต่จริงจัง ไม่แข็งบังคับแต่มีกรอบปฏิบัติ

การพัฒนาองค์กรกลุ่มโดยกระบวนการจัดการความรู้เป็นกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ขององค์กร ซึ่งองค์กรแต่ละแห่งมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้นแต่ละองค์กรต้องนิยามการจัดการความรู้สำหรับองค์กรเอง โดยเฉพาะการจัดการความรู้เป็นพลวัตไม่หยุดนิ่ง มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติ ความรู้และงานซึ่งเป็นวงจรไม่รู้จบ ต้องมีการพัฒนาและยกระดับขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่ใช่ความสัมพันธ์ชั่วคราวและเป็นวงจรที่เปิดสู่ภายนอก เพื่อดูความรู้และพลังจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ (ยีน, 2546)

กระบวนการในการจัดการความรู้

นักวิชาการทางด้านจัดการความรู้ได้นำเสนอกระบวนการจัดการความรู้ไว้หลายแนวทาง ผู้บริหารควรมีการวางแผนการจัดการความรู้ในองค์กร ดังงานของ จรินทร์ (2548) กล่าวว่า

การสำรวจและวางแผนความรู้ (Knowledge planning) เป็นการสำรวจสภาพแวดล้อมขององค์กรในปัจจุบัน เพื่อทราบว่ามียังมีความรู้ในองค์กรมากน้อยเพียงใด จากนั้นก็ตั้งวัตถุประสงค์ขึ้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการไปให้ถึงเป้าหมายนั้นๆ ควรมีการจัดแผนปฏิบัติเกี่ยวกับแหล่งพัฒนาความรู้ ต้องทราบแหล่งความรู้ ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ตลอดจนการถ่ายทอดความรู้ ต้องทราบความรู้จะให้ผู้ใดหรือหน่วยงานใดรับผิดชอบ ในการรวบรวมหรือกระจายความรู้ ใช้สื่อใดงบประมาณเท่าใด เป็นต้น

การพัฒนาความรู้ (Knowledge generation) เป็นการทำให้องค์ความรู้ภายในองค์กรสามารถเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถพัฒนาได้จากการซื้อ เช่น จากการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้ หรือการจ้างคนภายนอก (Outsourcing) มาจัดการในส่วนที่องค์กร

การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge transfer) เป็นกระบวนการที่เผยแพร่ไปสู่บุคคลที่ต้องการความรู้จริงๆ ผู้บริหารควรกำหนดกลยุทธ์ก่อนว่าเป้าหมายคือใคร ปริมาณความรู้มากน้อยหรือไม่ เนื้อหามีความรู้สำคัญหรือไม่ มีความเร่งด่วนเพียงใด เพื่อให้การกำหนดรูปแบบในการถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ตรงตามกลุ่มเป้าหมายผู้ที่ต้องการรู้นั้นๆ

อนึ่ง กระบวนการจัดการความรู้ดังกล่าวอาจพบกับอุปสรรค ปัญหาบางประการ เช่น ไม่อยากถ่ายทอดไปให้ผู้อื่นเพราะอาจจะทำให้ตนเองหมดความสำคัญลง ปัญหาจากผู้รับการถ่ายทอดความรู้ อาจจะเกิดจากการไม่ยอมรับในตัวผู้ถ่ายทอด เนื่องจากทำงานในระดับเดียวกัน คิดว่าตนเองมีประสบการณ์มากกว่า ขาดความกระตือรือร้นในการหาความรู้ใหม่ๆ ปัญหาจากบรรยากาศ เช่น แหล่งในการค้นหาความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอื่นๆ เป็นต้น