

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการความรู้ต่อความสำเร็จของบริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทย:กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากบริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกจำนวน 78 บริษัท ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนเป็นมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 และมีประสบการณ์ในการทำงาน 5 – 10 ปี มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.9 ซึ่งดำรงตำแหน่งรองกรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ หรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 65.4

5.1.2 ข้อมูลของบริษัทของตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่สังกัดในบริษัทที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการในประเทศไทย 6 -10 ปี จำนวน 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 56.4 และ ส่วนใหญ่มีปริมาณการลงทุนในประเทศไทยโดยประมาณน้อยกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 53.8 ตลอดจนมีจำนวนพนักงานในองค์กรน้อยกว่า 50 คน จำนวน 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 56.4

5.1.3 ข้อมูลกลยุทธ์การจัดการความรู้

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการความรู้โดยรวมพบว่าบริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกมีระดับความคิดเห็นการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์การจัดการความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นสูงสุดคือกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคล มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจนพบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าบริษัทมีการรวบรวมและสกัดองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับพนักงานมากที่สุด รองลงมาคือบริษัทมีการจำแนกองค์ความรู้ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้พนักงานสืบค้นและใช้งานได้

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลพบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าบริษัทมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อให้พนักงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันมากที่สุด รองลงมาคือบริษัทมีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมศึกษาต่อในการทำงานให้ดีขึ้น

5.1.4 ข้อมูลความสำเร็จของการจัดการความรู้

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของการจัดการความรู้ในภาพรวมพบว่าบริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยมีความสำเร็จของการจัดการความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าความสำเร็จด้านการดำเนินงานภายในมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือด้านลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และด้านการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และด้านการเรียนรู้และพัฒนาการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จในด้านการเงินพบว่าบริษัทมีความสำเร็จในด้านกำไรจากการดำเนินงาน รองลงมาคือบริษัทมียอดขายที่เพิ่มขึ้น

ในส่วนของความสำเร็จในด้านลูกค้าพบว่าบริษัทมีความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือบริษัทมีจำนวนลูกค้ารายใหม่

นอกจากนี้ความสำเร็จในด้านการดำเนินงานภายในพบว่าบริษัทมีความสำเร็จด้านความสามารถในการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลามากที่สุด รองลงมาคือบริษัทมีความรวดเร็วในขั้นตอนของระบบงาน

ส่วนผลการวิเคราะห์ความสำเร็จในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการพบว่าบริษัทมีความสำเร็จด้านการพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือบริษัทมีส่งประดิษฐ์ใหม่ตลาด

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 พบว่ากลยุทธ์การจัดการความรู้ประเภทกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในภาพรวมในระดับน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลยุทธ์การจัดการความรู้ประเภทกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้เพียงด้านเดียวคือด้านการดำเนินงานภายในโดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

จากสมมุติฐานที่ 2 กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 พบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้าอยู่ในระดับปานกลางด้านการดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการอยู่ในระดับน้อย

5.2 อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง“กลยุทธ์การจัดการความรู้ต่อความสำเร็จของบริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทย: กรณีศึกษา อุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก”ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญๆมาอภิปรายดังนี้

5.2.1 กลยุทธ์การจัดการความรู้

จากผลการวิจัยพบว่า บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกมีการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ในภาพรวมอยู่ระดับมาก อาจเนื่องมาจากบริษัทต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมทำให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การปฏิบัติงานลุล่วงไปด้วยดี โดยมุ่งพัฒนาคนในองค์กรให้มีการดึงศักยภาพที่มีอยู่ออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อความสำเร็จงาน (McGraw, 922)

เมื่อพิจารณาในแต่ละกลยุทธ์ พบว่าบริษัทมีการใช้กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมากกว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งซึ่งสอดคล้องกับที่ Hansen, Nohria and Tierney (2001) ได้กล่าวไว้ว่าบริษัทที่ปรึกษาจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องเลือกกลยุทธ์หนึ่งเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินงาน และอีกกลยุทธ์เป็นกลยุทธ์ในการสนับสนุนหรือกลยุทธ์รอง แต่จะไม่เลือกใช้กลยุทธ์ทั้งสองประเภทพร้อมกันในระดับที่เท่าเทียมกัน การที่บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์

และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกมีการใช้กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมากกว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งอาจเนื่องมาจากการใช้กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งจะต้องมีการลงทุนค่อนข้างมาก ทั้งในเรื่องของการจัดทำฐานข้อมูล การวางระบบ บริษัทส่วนใหญ่จึงนิยมใช้กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมากกว่า นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งที่บริษัทนิยมใช้มากที่สุดคือการรวบรวมและสกัดองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับพนักงาน ในขณะที่การจัดเก็บองค์ความรู้ต่างๆที่จำเป็นเพื่อให้พนักงานสามารถสืบค้นได้ใช้น้อยที่สุด อาจเพราะทุกบริษัทต้องการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นตามระเบียบเพื่อผู้บริหารสามารถนำมาใช้ในการควบคุมบริษัทได้ง่ายและสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการสอนงานพนักงานใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานในการทำงาน แต่สำหรับการจัดเก็บองค์ความรู้ต่างๆเพื่อให้พนักงานสามารถสืบค้นได้ใช้น้อยที่สุด อาจเนื่องจากการจัดเก็บองค์ความรู้เพื่อให้สามารถสืบค้นได้นั้นต้องมีการสร้างฐานข้อมูลซึ่งต้องใช้งบประมาณและผู้ชำนาญ บริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยจึงไม่ค่อยนิยมใช้กัน สอดคล้องกับที่ Hansen, Nohria and Tierney (2001) ได้กล่าวไว้ว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้งต้องลงทุนสร้างระบบสารสนเทศจำนวนมากเพื่อเป็นหลักประกันว่าสามารถนำมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคล บริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยมีการใช้กลยุทธ์นี้อยู่ในระดับมาก สิ่งที่นิยมใช้มากที่สุดคือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อให้พนักงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เช่น web e-mail เป็นต้น ในขณะที่การกำหนดนโยบายให้พนักงานใหม่แต่ละคนมีพนักงานพี่เลี้ยง (Mentor) เป็นที่ปรึกษาส่วนตัวใช้น้อยที่สุด อาจเพราะการสร้าง web หรือการใช้ e-mail เป็นการลงทุนที่ไม่ได้ใช้เงินมากนัก และยังสามารถใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารในองค์กรจึงทำให้บริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยนิยมใช้วิธีการนี้ในการจัดการความรู้ อีกทั้งเป็นการง่ายต่อพนักงานในการถ่ายทอดประสบการณ์และแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งสะดวกกว่าการจัดประชุมหรือสัมมนาและการฝึกอบรมศึกษา เนื่องจากพนักงานส่วนใหญ่มีการใช้ e-mail อยู่ทุกวัน วิธีการนี้สามารถช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ประสบการณ์ความรู้ได้อย่างรวดเร็วสำหรับพนักงานใหม่แต่ละคนการมีพนักงานพี่เลี้ยงเป็นที่ปรึกษาส่วนตัวเหมาะสมกับวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นมากกว่าบริษัทจีนมีโรงงานค่อนข้างใหญ่และในแต่ละโรงงานมีพนักงานเป็นจำนวนมาก การถ่ายทอดความรู้โดยการสอนตัวต่อตัวจึงอาจเป็นการยาก ส่วนใหญ่ผู้บริหารคนเดียวจะเป็นผู้สอนพนักงานหลายคน (<http://wiki.mbalib.com/wiki/%E7%9F%A5%E8%AF%86%E7%AE%A1%E7%90%86>)

5.2.2 ความสำเร็จของการจัดการความรู้

จากผลการวิจัยพบว่า บริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกมีความสำเร็จของการจัดการความรู้ทั้ง 4 ด้านในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาทั้งด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการดำเนินการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ พบว่าทั้ง 4 ด้านมีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน แต่ความสำเร็จในด้านการดำเนินการภายในอยู่ในระดับมากที่สุด อาจเนื่องจากองค์ความรู้ส่วนใหญ่ที่แลกเปลี่ยนในองค์กรมักจะเป็นเรื่องของกระบวนการและวิธีการทำงาน จึงทำให้มีความสำเร็จด้านการดำเนินการภายในมากกว่าด้านอื่นๆ นอกจากนี้ บริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกส่วนใหญ่เป็นโรงงานผลิต ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการทำงานมากกว่าด้านอื่นๆ จึงทำให้บริษัทจีนเห็นว่าความสำเร็จที่เกิดจากการจัดการความรู้เป็นเรื่องของการดำเนินการภายในมากที่สุด สำหรับกระบวนการและวิธีการทำงานจุดสำคัญก็คือพนักงาน พนักงานใช้วิธีที่เหมาะสมในการทำงานให้ดีขึ้นถึงจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจของสินค้าที่ผลิตถึงจะส่งผลต่อความสำเร็จในด้านอื่นๆ สอดคล้องกับที่น้ำทิพย์ วิภาวิน (2546) ได้กล่าวไว้ว่าคนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดขององค์ประกอบทั้งหมดเพราะคนจะเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเคลื่อนไหวของการจัดการความรู้ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กรองค์กรจำเป็นต้องสร้างคนให้มีความรู้มีความสามารถด้านการบริหารจัดการองค์ความรู้เป็นผู้สร้างพัฒนาจัดเก็บเผยแพร่รวมทั้งการประเมินผลการใช้ความรู้

5.2.3 จากผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจนและกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในด้านการเงิน ด้านลูกค้าด้านการดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย อาจเนื่องจากบริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติกการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ได้ไม่นานมากนัก จึงทำให้มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จไม่ชัดเจน ความรู้ส่วนใหญ่เป็นแบบฝังลึกทำให้การประเมินผลได้ต้องใช้ระยะเวลาที่ค่อนข้างยาว อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในด้านลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากบริษัทจีนส่วนใหญ่มีการจัดประชุมหรือสัมมนาเพื่อให้พนักงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงานเป็นประจำทำให้บริษัทมีการตอบสนองของลูกค้าเพราะการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นกลยุทธ์พื้นฐานในการรักษาลูกค้าเก่าให้อยู่กับองค์กรนานเท่านาน และกลายเป็นเสน่ห์ในการดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ มาสู่องค์กรซึ่งสอดคล้องกับที่พัชราหาญเจริญกิจ

(2543) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการลูกค้า การศึกษาความสนใจและความต้องการของลูกค้าจะเป็นการสร้างความพึงพอใจ เพิ่มยอดขายและสร้างรายได้ให้แก่องค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จมากกว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะดังนี้

1. กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ความรู้ที่สะสมในบุคคล

จากการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านอื่นๆอยู่ในระดับน้อยส่วนด้านการเงินไม่มีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าวิธีการจัดประชุมหรือสัมมนาเพื่อให้พนักงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงานเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านลูกค้าในเรื่องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าวิธีการอื่นๆ ดังนั้น บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยควรมีการจัดประชุมหรือสัมมนาเพื่อให้พนักงานมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการทำงานสม่ำเสมอ โดยอาจจัดได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยมีการใช้วิธีการให้พนักงานใหม่แต่ละคนมีพนักงานพี่เลี้ยง (Mentor) เป็นที่ปรึกษาส่วนตัวและการให้พนักงานหมุนเวียนงานน้อยกว่าวิธีการอื่นๆ ในกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ความรู้ที่สะสมดังนั้น บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยควรมีการใช้นโยบายให้พนักงานใหม่แต่ละคนมีพนักงานพี่เลี้ยงเป็นที่ปรึกษาในตำแหน่งที่สำคัญ สำหรับตำแหน่งปฏิบัติการทั่วไปอาจใช้ระบบ Coaching ในการสอนงานและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

สำหรับนโยบายการหมุนเวียนงานบริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยควรมีการใช้วิธีการหมุนเวียนโดยอาจดูตำแหน่งและความสามารถของพนักงานทั้งนี้เพื่อให้พนักงานมีโอกาสเรียนรู้และเห็นวิธีการทำงานในภาพรวม ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

2. กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน

จากการวิจัยพบว่ากลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายในอยู่ในระดับน้อยในขณะที่ด้านอื่นๆไม่มีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าการจำแนกองค์ความรู้ออกเป็นหมวดหมู่

เพื่อให้พนักงานสืบค้นและใช้งานได้ง่ายมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการดำเนินงานภายในในเรื่องความรวดเร็วในขั้นตอนของระบบงานและความสามารถในการควบคุมการผลิตไม่ให้เกิดของเสียมากกว่าวิธีการอื่นๆ ดังนั้น บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยควรมีการจ้างผู้ชำนาญหรือตั้งหน่วยงานเฉพาะขึ้นมาดูแลระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นขององค์กร

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า ในกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยมีการใช้วิธีการจัดเก็บองค์ความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นเพื่อให้พนักงานสามารถสืบค้นได้ การจำแนกองค์ความรู้ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้พนักงานสืบค้นและใช้งานได้ง่าย และการที่พนักงานทุกคนในบริษัทสามารถเข้าถึงความรู้ที่ถูกจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลและการลงทุนในระบบสารสนเทศเป็นจำนวนมากนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น บริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยควรมีการออกแบบระบบสารสนเทศสำหรับการจัดเก็บองค์ความรู้และค้นหาองค์ความรู้ต่างๆ ให้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากระบวนการและกลยุทธ์ด้านต่างๆ นอกเหนือจาก 2 กลยุทธ์ที่ศึกษาในงานวิจัยนี้เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ด้านต่างๆ ว่ามีกลยุทธ์แบบใดส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด และนำมาเปรียบเทียบเพื่อเลือกใช้ประโยชน์จากกลยุทธ์ให้บริษัทเงินที่เข้ามาลงทุนประสบความสำเร็จ

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการความรู้ต่อความสำเร็จของบริษัทเงินที่มาลงทุนในประเทศไทยของอุตสาหกรรมด้านอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบระบบการจัดการความรู้ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละอุตสาหกรรม