

กลยุทธ์การจัดการความรู้ต่อความสำเร็จของบริษัทจีนที่มาลงทุนในประเทศ  
ไทยในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์  
และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสติก

MISS CHEN ZHU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

**Knowledge Management Strategies of Chinese Company Invested  
in Thailand in Electronic and Chemical Plastic Industry**

**MISS CHEN ZHU**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration Program  
Department of Faculty of Business, Dhurakij Pundit University**

**2014**

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.จรัญญา ปานเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษากับ ดร.ธิฎฐิรัตน์ ทิพรส อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำ ให้ความรู้ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ พร้อมทั้งให้กำลังใจด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งเสมอมาจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการหรือนักลงทุนชาวจีนในอุตสาหกรรมอุปกรณ์สื่อสาร อิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมเคมียางพลาสดิกที่มาลงทุนในประเทศไทยที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัยและได้รับความร่วมมือด้านข้อมูลในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่งและที่สำคัญยิ่งผู้วิจัยได้รับกำลังใจและแรงผลักดันอันยิ่งใหญ่จากบิดา มารดา พี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จด้วยดี

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์และสามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไป คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่คณาจารย์ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกท่าน บิดา มารดา พี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

Chen zhu

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ.....	3
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการความรู้.....	6
2.1 ความหมายของการควบคุม.....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Balanced Scorecard.....	18
2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนของนักลงทุนชาวจีนในประเทศไทย.....	20
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3. วิธีดำเนินการศึกษา.....	24
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	24
3.2 สมมุติฐานของการวิจัย.....	25
3.3 ประชากรและตัวอย่าง.....	25
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	30

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4.1 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการความรู้.....	31
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการความรู้.....	35
4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของการจัดการความรู้.....	39
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ การจัดการความรู้กับความสำเร็จของการจัดการความรู้.....	43
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	68
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	68
5.2 อภิปรายผล.....	70
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	73
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	78
ก แบบสอบถาม.....	79
ข ข้อมูลบริษัทเงินที่มาลงทุนด้านการผลิตในประเทศไทย.....	87
ประวัติผู้เขียน.....	92

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 การสุ่มตัวอย่าง.....	26
3.2 การหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม.....	27
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
4.2 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกล ยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้ง.....	35
4.3 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกล ยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมในบุคคล.....	36
4.4 กลยุทธ์การจัดการความรู้โดยรวม.....	38
4.5 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน.....	39
4.6 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้า.....	40
4.7 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายใน.....	41
4.8 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ.....	42
4.9 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของการจัดการความรู้ในภาพรวม.....	43
4.10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ จากความรู้แบบชัดแจ้งกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน.....	45
4.11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้ง กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้า.....	47
4.12 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดแจ้ง กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายใน.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ แบบชัดเจนกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเรียนรู้ และพัฒนาการ.....	53
4.14 การแสดงระดับความสัมพันธ์กลยุทธ์การจัดการความรู้ ประเภทกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้แบบชัดเจน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงินลูกค้า การดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนากาในภาพรวม.....	55
4.15 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมใน บุคคลกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเงิน.....	56
4.16 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมใน บุคคลกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านลูกค้า.....	58
4.17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมใน บุคคลกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการดำเนินงานภายใน.....	61
4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) และค่า p-value ของความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่สะสมใน บุคคลกับความสำเร็จในการจัดการความรู้ในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ.....	64
4.18 การแสดงระดับความสัมพันธ์กลยุทธ์ที่เน้นการใช้ประโยชน์ จากความรู้ที่สะสมในบุคคลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการความรู้ ในด้านการเงิน ลูกค้า การดำเนินงานภายในและด้านการเรียนรู้ และพัฒนาการในภาพรวม.....	66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงต้นแบบ SECI ของ โนนากะ (Nonaka's SECI Model).....	10
2.2 แสดงกระบวนการปรับเปลี่ยนความรู้.....	11
2.3 แสดงองค์ประกอบของระบบการจัดการความรู้.....	15
2.4 แสดงองค์ประกอบของการจัดการความรู้.....	15
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	24