

กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ
: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรทางธุรกิจ

นางสาววันเพ็ญ นนทลีบุตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BUSINESS ALLIANCES STRATEGY
: FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE SHARING IN BUSINESS ALLIANCES

Miss Wanphen Nontaleebut

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program in Business Administration
Faculty of Commerce and Accountancy
Chulalongkorn University
Academic Year 2006
Copyright of Chulalongkorn University

492090

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ใน
พันธมิตรทางธุรกิจ

โดย

นางสาววันเพ็ญ นนทลีบุตร

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. พสุ เศษะรินทร์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี

คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ



..... คณบดีคณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรณพ ต้นละมัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พักตร์ผอง วัฒนสินธุ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. พสุ เศษะรินทร์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชีรยุทธ วัฒนาศุกโขภ))

วันเพ็ญ นนทลีบุตร : กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรทางธุรกิจ. (BUSINESS ALLIANCES STRATEGY: FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE SHARING IN BUSINESS ALLIANCES) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. พสุ เฉชะรินทร์, อ. ที่ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี, 179 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ กับการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ ซึ่ง ได้แก่ ตัวแปรที่เกี่ยวกับการปกป้องความรู้ของบริษัท ประกอบด้วย (1) ความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้ (2) ความเหมือนกันทางค่านิยมพยากรณ์และความสามารถ (3) ความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก และ (4) ความรู้ที่เป็นนัย ตัวแปรรูปแบบของพันธมิตรธุรกิจ ตัวแปรการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และตัวแปรที่เกี่ยวกับสัมพันธภาพของพันธมิตรธุรกิจ ประกอบด้วย (1) ความไว้วางใจในผู้รับความรู้ และ (2) สัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน ประชากรสำหรับการวิจัย คือ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 188 องค์กร การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ถึงผู้ตอบจำนวน 169 องค์กร และมีอัตราการตอบแบบสอบถามที่นำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์ได้ 30.2 เปอร์เซ็นต์ สถิติที่ใช้สำหรับการวิจัยนี้ คือ สถิติทดสอบที (t-test) และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการถ่ายทอดความรู้และการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ คือ ตัวแปรความรู้ที่เป็นนัยโดยมีความสัมพันธ์ในเชิงลบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.465 และ -0.326 ตัวแปรการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.593 และ 0.329 ตัวแปรความไว้วางใจในผู้รับความรู้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.764 และ 0.514 สำหรับตัวแปรความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้ ความเหมือนกันทางค่านิยมพยากรณ์และความสามารถ ความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก รูปแบบของพันธมิตรธุรกิจ และสัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้และการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ

สาขาวิชา.....บริหารธุรกิจ.....

ปีการศึกษา.....2549.....

ลายมือชื่อนิสิต.....วันเพ็ญ นนทลีบุตร.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4782374026 : MAJOR BUSINESS ADMINISTRATION

KEY WORD: STRATEGIC ALLIANCE / KNOWLEDGE / BUSINESS STRATEGY / MANAGEMENT TOOL / MANAGEMENT

WANPHEN NONTALEEBUT : BUSINESS ALLIANCES STRATEGY: FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE SHARING IN BUSINESS ALLIANCES. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PASU DECHARIN, Ph.D, THESIS CO-ADVISOR : ASST. PROF. CHATPONG TANGMANEE, Ph.D, 179 pp.

The purpose of this thesis is to study the associations between knowledge sharing in business alliance and firm's knowledge protection which include (1) transferee's learning intent (2) resource and capability overlap (3) core competency and (4) tacit knowledge, type of alliance, informal communication and alliance relationships which include (1) trust in transferee and (2) prior relationship. The population of this research were 188 organizations in Electrical and Electronics Industry, which were a member of The Federation of Thai Industries. Data collection instruments were mail questionnaires and 169 organizations were received the questionnaire. The usable response rate was 30.2 percent. The research data were analyzed by statistics methods; T-test and Pearson Correlation Coefficient, at the 0.01 and 0.05 level of statistical significance.

The research findings indicate variables that have significant correlation with knowledge transfer and knowledge acquisition in business alliance are tacit knowledge, which has negative correlation and the correlation coefficients are -0.465 and -0.326, informal communication has positive correlation and the correlation coefficients are 0.593 and 0.329 and trust in transferee has positive correlation and the correlation coefficients are 0.764 and 0.514. Transferee's learning intent, resource and capability overlap, core competency, type of alliance and prior relationship are not correlation with knowledge transfer and knowledge acquisition in business alliance.

Field of study.....Business Administration.....	Student's signature.....	<i>Wanphen Nantaleebut</i>
Academic year.....2006.....	Advisor's signature.....	<i>Pa Decharin</i>
	Co-advisor's signature.....	<i>Chatpong Tangmanee</i>

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือและความกรุณาอย่างดียิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทั้งสองท่าน คือ รองศาสตราจารย์ ดร. พสุ เฉชะรินทร์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัชพงศ์ ตั้งมณี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณาสละเวลาเพื่อให้คำปรึกษาและคำแนะนำที่ดี รวมทั้งได้ชี้แนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยมาโดยตลอดจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรยุทธ วัฒนาศุกโขภค กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนอาจารย์ทุกๆ ท่านที่กรุณาอบรมสั่งสอนถ่ายทอดวิชาความรู้ที่มีค่าอย่างยิ่งกับผู้วิจัย

ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานของบริษัทต่างๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งทางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่ได้จัดทำรายชื่อของบริษัทสมาชิกให้กับผู้วิจัย

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เจ้าหน้าที่ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ และท่านอื่นๆ ที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยด้วยความมีน้ำใจเป็นอย่างดี และเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกคนที่ช่วยเหลือและให้กำลังใจเสมอมา

สำคัญที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ชายทั้งสอง และทุกคนในครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจในการศึกษากับผู้วิจัยเสมอมา รวมทั้งให้ความรัก ความหวังใจ และความเอาใจใส่อย่างดียิ่งมาโดยตลอด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 คำถามวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	6
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ความสำคัญและที่มาของกลยุทธ์พันธกิจ.....	9
2.2 ความหมายของกลยุทธ์พันธกิจ.....	11
2.3 วัตถุประสงค์ในการใช้กลยุทธ์พันธกิจ.....	12
2.4 รูปแบบของพันธกิจ.....	13
2.5 การแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธกิจ.....	17
2.5.1 ความหมายและความสำคัญของความรู้.....	19
2.5.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธกิจ.....	20
2.6 ประโยชน์ของกลยุทธ์พันธกิจ.....	34
2.7 ปัจจัยสู่ความสำเร็จของกลยุทธ์พันธกิจ.....	35

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	39
3.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	39
3.2 สมมุติฐานในการวิจัย.....	41
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3.4 การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์.....	43
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
3.6 นิยามปฏิบัติการ.....	46
3.7 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	48
3.8 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.1 การจัดส่งและการได้รับคืนแบบสอบถาม.....	52
4.2 ลักษณะขององค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม.....	53
4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม.....	56
4.4 ผลการทดสอบการแจกแจงของตัวแปร.....	57
4.5 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรต่างๆ และการทดสอบความสัมพันธ์.....	59
4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการถ่ายทอดความรู้.....	59
4.5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการได้รับความรู้.....	87
4.6 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการถ่ายทอดความรู้กับด้านการได้รับความรู้.....	114
4.6.1 การแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ.....	114
4.6.2 ความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้.....	115
4.6.3 ความเหมือนกันทางด้านทรัพยากรและความสามารถ.....	116
4.6.4 ความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก.....	117
4.6.5 ความรู้ที่เป็นนัย.....	117
4.6.6 รูปแบบของพันธมิตรธุรกิจ.....	118

4.6.7 การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ.....	119
4.6.8 ความไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	120
4.6.9 สัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน	120
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	122
5.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล	123
5.1.1 สรุปความสัมพันธ์ของตัวแปร	124
5.1.2 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	128
5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	146
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	147
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	148
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	149
รายการอ้างอิง.....	150
ภาคผนวก.....	158
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์	159
ภาคผนวก ข แบบสอบถามชุดผู้ถ่ายทอดความรู้.....	161
ภาคผนวก ค แบบสอบถามชุดผู้รับความรู้.....	167
ภาคผนวก ง ตารางการแจกแจงความถี่ร่วม.....	173
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	179

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	46
3.2	51
4.1	52
4.2	54
4.3	56
4.4	57
4.5	58
4.6	58
4.7	59
4.8	61
4.9	62
4.10	63
4.11	64
4.12	66
4.13	67
4.14	68
4.15	69
4.16	70
4.17	71

ตารางที่	หน้า
4.18 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นนัยกับระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	72
4.19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นนัยกับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	73
4.20 การวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของพันธมิตธุรกิจ	74
4.21 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของพันธมิตธุรกิจ	74
4.22 ผลการทดสอบการแจกแจงของตัวแปรการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	75
4.23 ผลการทดสอบระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของพันธมิตธุรกิจ.....	76
4.24 การวิเคราะห์ระดับการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	77
4.25 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ	78
4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	79
4.27 การวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	80
4.28 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในผู้รับความรู้กับระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	81
4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้รับความรู้กับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	82
4.30 การวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน	83
4.31 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน	83
4.32 ผลการทดสอบการแจกแจงของตัวแปรการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	84
4.33 ผลการทดสอบระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน	85

ตารางที่	หน้า
4.34	สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการถ่ายทอดความรู้ใน พันธมิตรธุรกิจ..... 86
4.35	การวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 87
4.36	การวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้..... 89
4.37	การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้กับ ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 90
4.38	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้กับการ ได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 91
4.39	การวิเคราะห์ระดับความเหมือนกันทางด้านทรัพยากรและความสามารถ..... 92
4.40	การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความเหมือนกันทางด้านทรัพยากรและความ สามารถกับระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 94
4.41	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเหมือนกันทางด้านทรัพยากรและความ สามารถกับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 95
4.42	การวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก..... 96
4.43	การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ที่เป็นความสามารถหลักกับ ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 97
4.44	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับความรู้ที่เป็นความสามารถหลักกับ การได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 97
4.45	การวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ที่เป็นนัย..... 98
4.46	การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ที่เป็นนัยกับระดับการได้รับ ความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 99
4.47	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับความรู้ที่เป็นนัยกับการได้รับความรู้ ในพันธมิตรธุรกิจ..... 100
4.48	การวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของ พันธมิตรธุรกิจ..... 101
4.49	การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ จำแนกตาม รูปแบบของพันธมิตรธุรกิจ..... 101
4.50	ผลการทดสอบการแจกแจงของตัวแปรการได้รับความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ..... 102

ตารางที่	หน้า
4.51 ผลการทดสอบระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของพันธมิตธุรกิจ.....	103
4.52 การวิเคราะห์ระดับการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ.....	104
4.53 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	105
4.54 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	106
4.55 การวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	107
4.56 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในผู้รับความรู้กับระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	108
4.57 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจในผู้รับความรู้กับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	109
4.58 การวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธ์ภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน.....	110
4.59 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธ์ภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน.....	110
4.60 ผลการทดสอบการแจจแจงของตัวแปรการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	111
4.61 ผลการทดสอบระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธ์ภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน.....	112
4.62 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	113
4.63 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจกับระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ.....	114
4.64 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการเรียนรู้ของผู้รับความรู้ จำแนกตามมุมมองของผู้ถ่ายทอดความรู้กับผู้รับความรู้.....	115
4.65 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความเหมือนกันทางด้านทรัพยากรและความสามารถ จำแนกตามมุมมองของผู้ถ่ายทอดความรู้กับผู้รับความรู้.....	116

ตารางที่	หน้า
4.66 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก กับระดับการได้รับความรู้ที่เป็นความสามารถหลัก.....	117
4.67 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นนัยกับระดับการ ได้รับความรู้ที่เป็นนัย.....	117
4.68 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจกับ ระดับการได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามรูปแบบของพันธมิตธุรกิจ.....	118
4.69 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ จำแนก ตามมุมมองของผู้ถ่ายทอดความรู้กับผู้รับความรู้.....	119
4.70 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในผู้รับความรู้ จำแนกตามมุมมอง ของผู้ถ่ายทอดความรู้กับผู้รับความรู้.....	120
4.71 การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระดับการถ่ายทอดความรู้ในพันธมิตธุรกิจกับระดับ การได้รับความรู้ในพันธมิตธุรกิจ จำแนกตามสัมพันธภาพระหว่างกันที่มีมาก่อน	120
ง.1 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการกับความ ไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	174
ง.2 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการตลาดกับความ ไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	174
ง.3 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการผลิตกับความ ไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	175
ง.4 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการเงินกับความ ไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	175
ง.5 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล กับความไว้วางใจในผู้รับความรู้.....	176
ง.6 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารจัดการกับความไว้วาง ใจในผู้รับความรู้.....	176
ง.7 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการตลาดกับความไว วางใจในผู้รับความรู้.....	177
ง.8 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการผลิตกับความไว วางใจในผู้รับความรู้.....	177

ตารางที่	หน้า
ง.9 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการเงินกับความไว วางใจในผู้รับความรู้.....	178
ง.10 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลกับ ความไววางใจในผู้รับความรู้.....	178

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงคุณค่าของกลยุทธ์พันธกิจ.....	10
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	40
5.1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการถ่ายทอดความรู้ในพันธกิจ.....	124
5.2 ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการได้รับความรู้ในพันธกิจ.....	126