

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรม
อิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

A STUDY OF FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE SHARING BEHAVIORS OF
ELECTRONICS SECTOR IN ELECTRICAL AND ELECTRONICS INDUSTRY

ประภัสสร กลีบประทุม¹ วิชยานัน รัตนวิบูลย์สม² และณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ³
Prapatsorn Kleebprathum¹ Vichayanan Rattanawiboonsom² and Nattachet Pooncharoen³

^{1,2} หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก

³ หลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก

^{1,2} Doctor of Philosophy (Business Administration), Naresuan University, Phitsanulok

³ Program in Social Studies Faculty of Education, Naresuan University, Phitsanulok

E-mail: giftfy.ag@gmail.com

Received: May 9, 2020

Revised: July 9, 2020

Accepted: July 10, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้
ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้
ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี คือ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ
เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลากและ 2) การวิจัย
เชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ได้แก่ ร้อยละ และ
การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ในภาพรวมพบปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ คือ
พนักงานขาดทัศนคติที่ดีต่อการแบ่งปันความรู้ การรับฟังความคิดเห็นและการใส่ใจพนักงานมีน้อย
และองค์การบริหารจัดการด้านการแบ่งปันความรู้ที่เป็นระบบ และ 2) ผลการศึกษาปัจจัยที่มี
ความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อการแบ่งปัน
ความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผลการศึกษาเชิงคุณภาพสอดคล้องกับผลการศึกษาเชิง
ปริมาณ

คำสำคัญ

การจัดการความรู้ การแบ่งปันความรู้ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ABSTRACT

This research aimed to 1) study problems and obstacles of knowledge sharing in electronics industry, and 2) Study factors affecting knowledge sharing in electronics industry. Mixed method research approach was employed as follows 1) qualitative research Data were gathered through in-depth interviews. Selected as informants by lottery method of sampling and 2) quantitative research data were collected via questionnaire. For statistical analysis, it included percentage and multiple regression analysis to test the hypothesis.

The research results found that: 1) overall, the problems and obstacles of knowledge sharing were Employees lack good attitude towards knowledge sharing. There were still few listeners and motivation, and the organization lacks systematic management of knowledge sharing. And 2) the results of the study affecting knowledge sharing in Thailand electronics industry found that organizational culture factor, information technology factor, leadership factor and motivational factor had positive relationship towards knowledge sharing in electronics industry. Qualitative and quantitative research were consistent.

Keywords

Knowledge Management, Knowledge Sharing, Electronics Industry

ความสำคัญของปัญหา

ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สามารถนำรายได้จากการส่งออกเข้าสู่ประเทศไทยได้มากเป็นอันดับต้น ๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 55,086 ล้านบาท พ.ศ. 2560 เท่ากับ 60,209 ล้านบาท พ.ศ. 2561 เท่ากับ 62,109 ล้านบาท (Electrical and Electronics Institute, 2016) และมีแนวโน้มการเติบโตสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจโลก (Government Savings Bank Research Center, 2019) ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ได้แบ่งออกเป็นอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อาศัยการลงทุนและเทคโนโลยีระดับสูง โดยประเทศไทยมีบทบาทเป็นผู้รับจ้างผลิต (The office of Industrial Economics, 2016) และกลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มจะขยายตัวต่อเนื่อง จากความต้องการส่วนประกอบคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์โลกที่เพิ่มขึ้น (Government Savings Bank Research Center, 2020)

อย่างไรก็ตาม กระแสการบริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีข้อจำกัดและมีความเสี่ยงทั้งด้านการผลิตและการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันกำลังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานและความไม่สมดุลของทักษะแรงงานไทยกับความต้องการของตลาดที่ต้องการแรงงานทักษะสูงขึ้น เพื่อรองรับการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ขั้นสูง (Department Of Industrial Promotion, 2017) สอดคล้อง

กับภาคการผลิตนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการแรงงานทักษะเฉพาะด้านเพิ่มขึ้น (Ministry Of Labour, 2020) นอกจากนี้ยังประสบปัญหาอัตราการเข้า-ออกของแรงงานสูง ทำให้พนักงานขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงานและเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงานใหม่อยู่เสมอ เป็นเหตุให้ความรู้ที่มีในตัวพนักงานหายไปกับการหมุนเวียนเข้า-ออกจากงานของพนักงาน (Ministry Of Industrial, 2017) จากงานวิจัยของ (Jarutirasarn, 2013) พบว่า บุคลากรยังขาดความกระตือรือร้นในการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างจริงจัง บุคลากรไม่เข้าใจวิธีการจัดการความรู้และไม่เห็นประโยชน์ของการจัดการความรู้ อีกทั้งพนักงานไม่เต็มใจแบ่งปันความรู้กับเพื่อนร่วมงานอันมีสาเหตุมาจากความกลัวว่าตนเองจะสูญเสียความสำคัญในการปฏิบัติหน้าที่ (Razak, Pangil, Zin, Yunus, & Asnawi, 2016)

ดังนั้นองค์กรจึงต้องพยายามรักษาทรัพยากรและความสามารถหลัก อันเกิดจากความรู้ความสามารถที่องค์กรมีและไม่มีคู่แข่งใดสามารถลอกเลียนแบบได้ หนึ่งในทรัพยากรนั้นคือ ความรู้ความสามารถของบุคลากร ดังที่ (Nonaka & Takeuchi, 1995) กล่าวว่า ความรู้แบ่งออกเป็นสองประเภทได้แก่ ความรู้ซ่อนเร้นและความรู้ชัดแจ้ง ซึ่งความรู้ซ่อนเร้นเป็นความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมความรู้ ทักษะและประสบการณ์เป็นระยะเวลาหนึ่ง ความรู้ประเภทนี้สามารถสร้างแนวความรู้ใหม่ให้องค์กรโดยจะเติมเต็มช่องว่างและเปรียบเสมือนเป็นทรัพยากรหลักขององค์กร ในส่วนของความรู้ชัดแจ้งเป็นความรู้ที่ได้รับการสกัดความรู้ กลับออกมาในรูปแบบของตัวอักษร หนังสือ ตำรา คู่มือ หรือเอกสารต่าง ๆ จะเป็นเสมือนฐานข้อมูลสำหรับการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้น (Hansen, Nohria & Tierney, 1999) ซึ่งระดับของการแบ่งปันความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรมีความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Lin, 2007) และการแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการสำคัญหนึ่งของการจัดการความรู้ในทุกระดับ (Navimipour & Charband, 2016) ที่ช่วยให้ความรู้ขององค์กรคงอยู่ต่อไป ไม่เลือนหายไปตามโครงสร้างการหมุนเวียนของพนักงาน สิ่งนี้เป็นกุญแจสำคัญในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคแห่งความยืดหยุ่นทางการเปลี่ยนแปลงสูง การแบ่งปันความรู้ของพนักงานและการแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องจึงเป็นเทคนิคการปฏิบัติงานที่ดี

จากการทบทวนวรรณกรรมและจากปัญหาของอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยอุตสาหกรรมสามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงแบบกลยุทธ์การสร้างทัศนคติการแบ่งปันความรู้ที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ความรู้อยู่กับองค์กรโดยพนักงานได้มีส่วนร่วมอีกด้วย

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. สภาพปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญคืออะไร
2. ปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

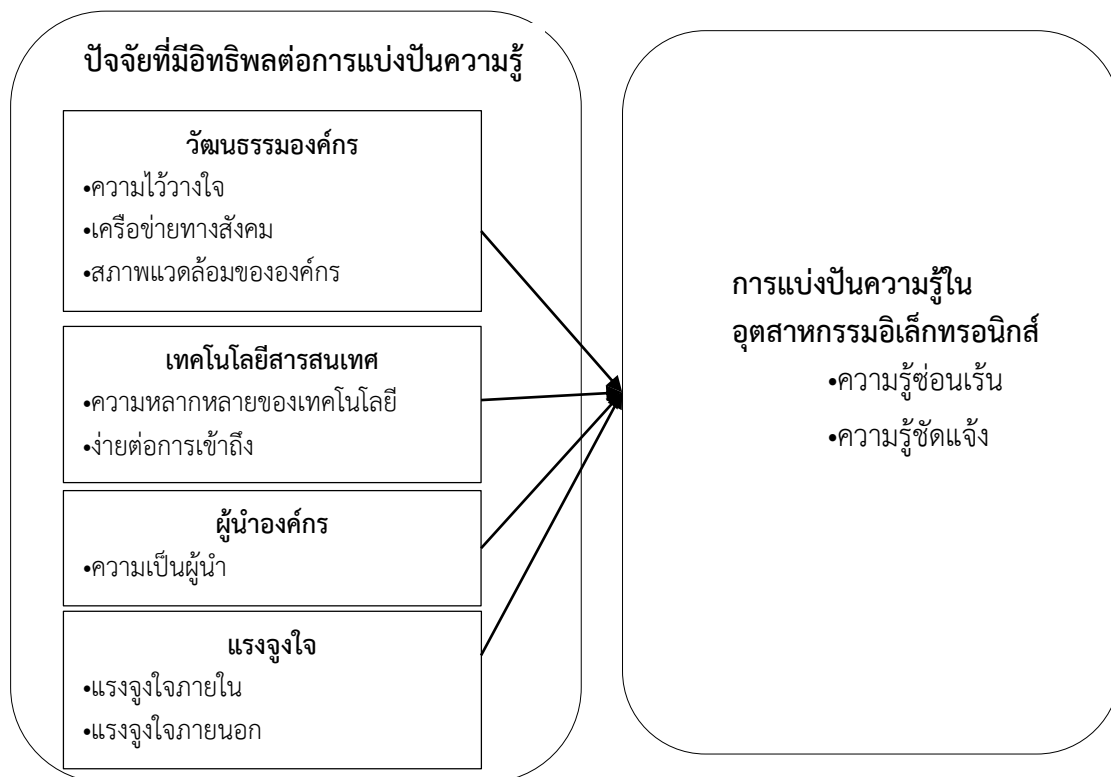
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
3. ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี กล่าวคือ ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อสร้างความคิดรวบยอดร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและสร้างแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลคือ เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 10 คน โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลากดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ

ขนาดองค์กร	จำนวนองค์กร	ร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เล็ก	274	49.19	4
กลาง	128	22.98	2
ใหญ่	155	27.83	2
รวม	557	100.00	8

จากตารางที่ 1 พบว่า การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลาก คิดสัดส่วนจากจำนวนประชากรทั้งหมดจำนวน 557 องค์กร โดย 1 องค์กรแทนจำนวนเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 1 คน ได้ตัวอย่างองค์กรละ 1 คน จำนวนรวมทั้งสิ้น 8 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาด (error) ของข้อมูลจึงทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 10 คน

2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) สร้างจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ อ้างอิงจากแนวคิดวงจรการสร้างความรู้ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Nonaka & Takeuchi, 1995) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Blau, 1964) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการแบ่งปันความรู้ เป็นต้น ส่วนที่ 3 การแบ่งปันความรู้กล่าวถึงความรู้ชัดแจ้งและความรู้ซ่อนเร้น (Davenport, 1999)

ประชากร คือ เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่มีสถานประกอบการที่แน่นอน สามารถติดต่อได้และจดทะเบียนนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์ จำนวนทั้งสิ้น 557 คน ณ เดือน มีนาคม 2558 (Electrical and Electronics Institute, 2017) การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ (Yamane, 1973 cited in Kromranchai, 2011) ในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสามารถเทียบที่ระดับประชากรเท่ากับ 500 คน จากประชากรในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวมีขนาด 557 คน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือได้เท่ากับ 222 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5%

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.6-1.00 สอดคล้องกับ (Ritcharoon, 2001) กล่าวว่า ค่า IOC ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวม (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.938 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.80 (Silpcharu, 2014) จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

ขอบเขตของการวิจัย ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์กระแส 1 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยโทรศัพท์เพื่อนัดหมายการสัมภาษณ์ และการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังประชากรจำนวน 557 คน ได้รับแบบสอบถามกลับมา 223 ฉบับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวม (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.943 คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 40.03 อยู่ในเกณฑ์ที่มีอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้ อ้างอิงจากงานวิจัยของ (Niyom, 2012) ส่งแบบสอบถามไปจำนวน 868 องค์การได้รับแบบสอบถามกลับจำนวน 165 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 19.00

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงค่าข้อมูลเป็นร้อยละ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและตำแหน่งปัจจุบัน เป็นต้น
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การจัดระเบียบข้อมูล การแสดงข้อมูล และการทำข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ที่คล้ายกันไว้ภายใต้ประเด็นเดียวกัน (Photisita, 2009)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) การจัดการข้อมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และดำเนินการกำหนดรหัสข้อมูล 2) วิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating scale) 3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการประมวลผลข้อมูลทั้งหมด

ผลการวิจัย

ปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ จากการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพและจากข้อเสนอแนะปัญหาและอุปสรรคจากการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า 1) พนักงานขาดทัศนคติในการมองเห็นผลประโยชน์ที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้ให้แกกัน 2) ในภาพรวมการยอมรับความคิดริเริ่มของพนักงานยังมีน้อย เนื่องจากอำนาจการตัดสินใจในการปฏิบัติงานถูกกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงจากบริษัทแม่จากต่างประเทศโดยตรง 3) องค์กรขาดหน่วยงานที่ดูแลด้านการบริการจัดการความรู้ที่ชัดเจน 4) ปัญหาด้านเวลาในการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน 5) การกระตุ้นความสนใจโดยแรงจูงใจขององค์กรยังไม่จูงใจพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรกล่าวถึง พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้เช่น ความไว้วางใจ การสร้างเครือข่ายทางสังคมและสภาพแวดล้อมขององค์กร โดยการแบ่งปันความรู้ช่วยให้พนักงานดำเนินงานได้สะดวกรวดเร็วและไม่ต้องเผชิญกับปัญหาเดิมซ้ำอีก ดังคำพูดที่ว่า

“วัฒนธรรมองค์กรส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันความรู้ และการแบ่งปันความรู้ก่อให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น” (Anonymous, 2018)

1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กล่าวถึง ความหลากหลายและสะดวกต่อการเข้าใช้งานของเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์กรได้จัดสรรเทคโนโลยีที่เหมาะสมและเพียงพอเพื่อการแบ่งปันความรู้ของพนักงานให้ครอบคลุม ดังคำพูดที่ว่า

“องค์กรควรมีฐานข้อมูลให้พนักงานเข้าถึงสำหรับการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ควรมีความหลากหลายและสะดวกต่อการเข้าใช้งานเพราะพนักงานต้องทำงานแข่งขันกับเวลา” (Anonymous, 2018)

1.3 ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร กล่าวถึง การแบ่งปันประสบการณ์และความรู้ที่เป็นระบบจากผู้นำองค์กร การรักษาองค์ความรู้ให้อยู่กับองค์กร เพื่อเป็นแนวทางสำหรับวางกลยุทธ์การแบ่งปันความรู้และการจัดการความรู้ ดังคำพูดที่ว่า

“ผู้นำองค์กรต้องสร้างความไว้วางใจให้เกิดในทุกกระดับ เพื่อให้เกิดความกล้าต่อการแบ่งปันความรู้ ผู้นำจึงเป็นต้นแบบสำคัญของการแบ่งปันความรู้” (Anonymous, 2018)

1.4 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ กล่าวถึง การกระตุ้นความสนใจของพนักงานต่อการแบ่งปันความรู้ โดยแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก ดังคำพูดที่ว่า

“แรงจูงใจรูปแบบต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันความรู้ได้ดี เพราะรางวัลในรูปแบบต่าง ๆ ทำหายความสนใจของพนักงาน” (Anonymous, 2018)

2. ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ กล่าวถึง การแบ่งปันความรู้ในรูปแบบความรู้ชัดแจ้งและความรู้ซ่อนเร้น เช่น การประชุม การพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์การปฏิบัติงาน การส่งอีเมลการจัดทำคู่มือเอกสารปฏิบัติงาน การอบรมสัมมนา เป็นต้น

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอันได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้และปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้มาวิเคราะห์ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมเพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทางสถิติที่สามารถวัดได้ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.40 มีอายุในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.80 มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 59.20 มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.10 และมีระดับตำแหน่งปัจจุบันคือ หัวหน้าแผนก หัวหน้าฝ่าย หรือเทียบเท่าร้อยละ 59.60

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) พบว่า

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ (X_1) เครือข่ายทางสังคม (X_2) และสภาพแวดล้อมองค์กร (X_3) ต่างสนับสนุนวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ คิดเป็นร้อยละ 30.20 ($R\text{ Square}=0.302$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้มากที่สุดได้แก่ ด้านความไว้วางใจ ($\beta = 0.274$ Sig. = 0.000) ด้านสภาพแวดล้อมองค์กร ($\beta = 0.236$ Sig. = 0.001) และ ด้านเครือข่ายทางสังคม ($\beta = 0.170$ Sig. = 0.011) ดังนั้น ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์มาตรฐาน } Z = (0.274)X_1 + (0.170)X_2 + (0.236)X_3$$

โดยสรุปจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ ได้ดังนี้

$$Y = 1.357 + (0.290)X_1 + (0.170)X_2 + (0.212)X_3$$

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านความหลากหลายทางเทคโนโลยี (X_1)และการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ (X_2) ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ คิดเป็นร้อยละ 18.50 ($R\text{ Square}=0.185$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่เสริมสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้มากที่สุดได้แก่ การเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\beta = 0.251$ Sig. = 0.002) ความหลากหลายของเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\beta = 0.221$ Sig. = 0.007) ดังนั้น ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์มาตรฐาน } Z = (0.221)X_1 + (0.251)X_2$$

โดยสรุปจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ ได้ดังนี้

$$Y = 2.598 + (0.180)X_1 + (0.192)X_2$$

3. ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ คิดเป็นร้อยละ 26.00 ($R\text{ Square}=0.259$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ($\beta = 0.509$ Sig. = 0.000) ดังนั้น ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $Z = (0.509)$

โดยสรุปจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ดังนี้

$$Y = 2.376 + (0.404)X_1$$

4. ปัจจัยด้านแรงจูงใจส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรสังเกตได้ของปัจจัยด้านแรงจูงใจต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แรงจูงใจภายใน (X_1) และแรงจูงใจภายนอก (X_2) ต่างสนับสนุนการสร้างแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้ ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ คิดเป็นร้อยละ 37.20 ($R\text{ Square}=0.372$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรที่เสริมสร้างแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการแบ่งปันความรู้มากที่สุดได้แก่ แรงจูงใจภายใน ($\beta = 0.484$ Sig. = 0.000) แรงจูงใจภายนอก ($\beta = 0.183$ Sig. = 0.006) ดังนั้น ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์มาตรฐาน } Z = (0.484)X_1 + (0.183)X_2$$

โดยสรุปจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ ได้ดังนี้

$$Y = 1.639 + (0.459)X_1 + (0.146)X_2$$

ตารางที่ 2 แสดงสรุปผลการศึกษาวิจัยแบบผสานวิธี

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและผลการเชิงปริมาณ	สอดคล้อง/แตกต่าง ผลการวิจัย
1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน การสร้างเครือข่ายและความไว้วางใจ สอดคล้องกับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ	สอดคล้อง
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ ความหลากหลายของเทคโนโลยีสารสนเทศและง่ายในการเข้าถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ	สอดคล้อง
3. ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรที่สามารถเป็นต้นแบบและตระหนักถึงการแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ	สอดคล้อง
4. แรงจูงใจสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ แรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายใน สอดคล้องกับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ	สอดคล้อง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสอดคล้องกับการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในการวิจัยเชิงปริมาณ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่หนึ่งเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า 1) พนักงานขาดทัศนคติในการมองเห็นผลประโยชน์จากการแบ่งปันความรู้ 2) ในภาพรวมการยอมรับความคิดริเริ่มของพนักงานยังมีน้อย 3) องค์กรขาดหน่วยงานที่ดูแลด้านการบริหารจัดการความรู้ 4) ปัญหาด้านเวลาในการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน 5) การกระตุ้นความสนใจโดยแรงจูงใจขององค์กรยังไม่จูงใจพนักงานสอดคล้องกับ (Jarutirasarn, 2013) กล่าวว่า 1) ผู้บริหารขาดการสนับสนุนการจัดการความรู้อย่างเป็นรูปธรรม ไม่มีภาวะผู้นำในการบริหารการเปลี่ยนแปลงและขาดวิสัยทัศน์ 2) บุคลากรขาดทัศนคติ ขาดความกระตือรือร้นในการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างจริงจัง ไม่มีส่วนร่วม ไม่เข้าใจวิธีการจัดการองค์ความรู้ ขาดแรงจูงใจและการวางแผนด้านนโยบายการจัดการและการแบ่งปันความรู้ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่สอง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ทั้ง 4 ปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ได้แก่ ความไว้วางใจ เครือข่ายทางสังคม และสภาพแวดล้อมในการทำงาน สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า วัฒนธรรมองค์กรวางรากฐานให้พนักงานมีโอกาสแสดงความคิดเห็น สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน องค์กรควรจัดหาเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่สามารถจัดสรรเวลาให้พนักงานได้มีกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ที่ไม่กระทบกับเวลาในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ (Adamovic, Potgieter, & Mearns, 2012) กล่าวว่า องค์กรที่เปิดรับวัฒนธรรมและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้อย่างต่อเนื่อง การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น เพื่อความสะดวกใจของพนักงานต่อการแบ่งปันความรู้แก่กัน การสร้างเครือข่ายทางสังคม และการสร้างสภาพแวดล้อม การปฏิบัติงานที่เอื้ออำนวยต่อการแบ่งปันความรู้ อีกทั้ง (Granovetter, 1983) กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ สามารถสร้างความสัมพันธ์ในการแลกเปลี่ยนทางทรัพยากรและข้อมูลระหว่างกัน และสมาชิกในทีมงานมีความเต็มใจต่อการแบ่งปันความรู้ต่อเมื่อรับรู้ถึงความไว้วางใจที่เกิดขึ้นระหว่างกัน (Charband & Navimipour, 2016) ดังนั้น การแบ่งปันความรู้เกิดขึ้นได้เมื่อพนักงานรู้สึกถึงความไว้วางใจ และความถี่ในการสื่อสารหรือการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มากขึ้นจะเพิ่มความถี่ในการแบ่งปันความรู้ (Park & Lee, 2014)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยให้พนักงานในองค์กรเข้าถึงแหล่งความรู้ สอดคล้องกับ (Kim & Lee, 2006) กล่าวว่า การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสารสนเทศถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแบ่งปันความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศที่

หลากหลายสามารถเป็นสื่อกลางเพื่อสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ให้แก่พนักงาน การจัดเก็บองค์ความรู้อย่างเป็นระบบทำให้พนักงานสามารถใช้งานได้สะดวก สอดคล้องกับ (Souri, Nourozi, Rahmani, & Navimipour, 2019) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อกลางเชื่อมต่อการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านการแบ่งปันและการสื่อสาร ความง่ายต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่องค์กรนำมาใช้งาน รวมถึงการจัดหาและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร พบว่า ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับ (Niyom, 2012) พบว่า ผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย การกำหนดให้การพัฒนาความรู้ของพนักงานเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ขององค์กรทำให้พนักงานร่วมกันสร้างและแบ่งปันความรู้ตามแนวทางที่ผู้บริหารได้วางไว้ สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้บริหารระดับสูง ควรเข้าใจและตระหนักถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ โดยมีการแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่สำคัญ สำหรับแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่กันโดยตรงและยังเป็นการรักษาองค์ความรู้ของพนักงานให้อยู่กับองค์กร ผู้บริหารทุกระดับควรสื่อสารให้พนักงานเข้าใจถึงประโยชน์ของการแบ่งปันความรู้อย่างเป็นธรรมชาติไม่หวงความรู้กันเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร

ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก พนักงานที่มีพฤติกรรมแบ่งปันความรู้ย่อมได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน สอดคล้องกับการผลสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นความสนใจของพนักงาน การให้รางวัลแก่ทีมงานที่สามารถแบ่งปันความรู้ได้ดี รวมถึงการชื่นชมยกย่องทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีความสำคัญต่อองค์กร สอดคล้องกับ (Alawi, Ismail, Marzooqi, & Mohammed, 2007) กล่าวว่า การให้รางวัลเพื่อการแบ่งปันความรู้เป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะรางวัลที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น มอบประกาศเกียรติให้แก่พนักงาน เป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานเกิดการแบ่งปันประสบการณ์ให้แก่เพื่อนร่วมงาน และสอดคล้องกับ (Niyom, 2012) พบว่า การมอบรางวัล เงินเพิ่มพิเศษ การมอบประกาศเกียรติคุณจากผู้บริหารระดับสูงทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าและมีความสุขที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น

ดังนั้น ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการแบ่งปันความรู้สอดคล้องกับ (Akharan, Rahimi, & Mehralian, 2013) กล่าวว่า การเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร การสนับสนุนทางเทคโนโลยีสารสนเทศแรงจูงใจและการสนับสนุนจากผู้บริหารต่อการตระหนักถึงความสำคัญของการแบ่งปันเป็นสิ่งสนับสนุนให้พนักงานแบ่งปันความรู้ให้เกิดแก่องค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) เพื่อสร้างทัศนคติให้พนักงานเห็นความสำคัญของการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ตรงที่เกิดจากการปฏิบัติงาน องค์กรควรจัดทากิจกรรมด้านการแบ่งปันความรู้ เช่น การจัดประกวดวิธีการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในแบบของพนักงานแต่ละคนและมอบรางวัลเป็นรายเดือน

สลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันทุกเดือน เป็นอีกทางหนึ่งในการแบ่งปันความรู้จากการปฏิบัติงานโดยตรง และเสริมทักษะการปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน

2) ในภาพรวมการยอมรับความคิดเห็นเริ่มของพนักงานยังมีน้อย องค์กรควรเปิดช่องทางให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น เพื่อกระตุ้นให้พนักงานกล้าแสดงความคิดเห็นหรือทัศนคติโดยใช้การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการกับพนักงาน เพื่อเพิ่มการปฏิสัมพันธ์และความไว้วางใจเกิดขึ้น

3) องค์กรควรแต่งตั้งหน่วยหรือคณะกรรมการทำงานด้านการจัดการความรู้อย่างเป็นทางการเพื่อดำเนินงานด้านการแบ่งปันความรู้ รวบรวมองค์ความรู้ จัดการความรู้อย่างเป็นระบบ และเผยแพร่ให้พนักงานได้เข้าใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม เพื่อตรวจสอบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนสำหรับการแบ่งปันความรู้ที่มีศักยภาพยิ่งขึ้น

2) ควรแบ่งขนาดขององค์กรให้ครอบคลุมทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือความต่างของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการแบ่งปันความรู้ ซึ่งจะสามารถสังเคราะห์สาเหตุและปัจจัยความสัมพันธ์ของการแบ่งปันความรู้มากยิ่งขึ้น

References

- Adamovic, D., Potgieter, A. & Mearns, M. (2012). Knowledge sharing through social media: Investigating trends and technologies in a global marketing and advertising research company. **South African Journal of Information Management**. 14(1), 1-7.
- Akhavan, P., Rahimi, A. & Mehralian, G. (2013). Developing a model for knowledge sharing in research centers. **Journal of information and knowledge management systems**. 43(3), 357-393.
- Anonymous. (2018, July 7). Interview by Kleebprathum P. [Tape recording]. Electronics Industry public company, Ayutthaya.
- Alawi, A., Ismail, A., Marzooqi, N. Y. A., & Mohammed, Y. F. (2007). Organization culture and knowledge sharing : critical success factors. **Journal of Knowledge Management**. 11(2), 22-42.
- Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. **Sociological Inquiry**. 34(2), 193-206.
- Charband, Y. & Navimipour, N. J. (2016). Knowledge sharing mechanisms and techniques in project teams: Literature review, classification, and current trends. **Computers in Human Behavior**. 62, 730-742.
- Department Of Industrial Promotion. (2017). **nāēnōm 'utsāhakam faifa lāe 'ilekthronik** [Electrical and Electronic industry trends]. Retrieved from <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-powerelectronic2560>.

- Davenport, T. O. (1999). Human capital. *Management Review*. 88(11), 37-43.
- Electrical and Electronics Institute. (2016). *rāingān sathānakān sēthakit 'utsāhakam faifā læ 'ilekthronik* [Economic and Electronics Industry Situation Report]. Retrieved from <http://eiu.thaieei.com/box/Outlook/47/%E0%B9%84%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8AA%204%20%202559.pdf>.
- Electrical and Electronics Institute. (2017). *chamnuān phuprakōpkān læ rāengngān* [Number of entrepreneurs and labour] Retrieved from <http://eiu.thaieei.com/Labour.aspx>.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological theory*. (1), 201-233.
- Government Savings Bank Research Center. (2019). *khōmūn 'utsāhakam 'ilekthronik* [Electronics industry information]. Retrieved from https://www.gsb.or.th/getattachment/677a0ce8-f770-4d2a-9218-d0d16b72b0a1/IN_electronic_Q3_59_detail.aspx.
- Government Savings Bank Research Center. (2020). *khōmūn 'utsāhakam 'ilekthronik* [Electronics industry information]. Retrieved from https://www.gsb.or.th/getattachment/b75c710f-d14a-456b-8556-186c2a06507/7_electro_5_62_detail.aspx.
- Hansen, M. T, Nohria, N. & Tierney, T. J. (1999). What is your strategy for managing knowledge? *Harvard Business Review*. 106-116.
- Kim, S., & Lee, H. (2006). The impact of organizational context and information technology on employee knowledge sharing capabilities. *Public administration review*. 66(3), 370-385.
- Kromranchai, C. (2011). *Hon da khanāt khōng klum tuāyāng phūā kānwichai* [Specifying the sample size for the research]. Retrieved from http://www.jakkrit.lpru.ac.th/pdf/27_11_44/9.pdf.
- Jarutirasarn, P. (2013). *withikān chatkān khwāmru nai phāk 'utsāhakam kōranī suksā nikhom 'utsāhakam thūā prathēt Thai* [The Methods for Knowledge in Industrial Sector: Case Study of Industrial Estate all Thailand]. Doctoral dissertation. Dhurakij Pundit University. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 10(1), 61-72.
- Lin, H. F. (2007). Knowledge sharing and firm innovation capability: an empirical study. *International Journal of manpower*. 28(3/4), 315-332.

- Ministry of Industrial. (2017) **phaēn mǣbot kānphatthanā ‘utsāhakam Thai 2012-2031**[National Industrial Development Master Plan]. Retrieved from http://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industrial%20Master%20Plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf.
- Ministry of Labour. (2020). **sarup sathānakān læ nāēnōm dān rāēnggān** [Summary of situations and trends in labour]. Retrieved from <http://warning.mol.go.th/uploadFile/pdf/pdf-2019-01-04-1546575538.pdf>.
- Niyom, P. (2012). **patchai thī song phon tō kān bāēngpan khwāmru khōng ‘ongkān thurakit khanat̄ yai nai prathēt Thai** [Factor Affecting Knowledge Sharing of Large Business Firms in Thailand]. Doctoral dissertation. Dhurakij Pundit University.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). **The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation**. Oxford university press.
- Park, J. G. & Lee, J. (2014). Knowledge sharing in information systems development Projects: explicating the role of dependence and trust. **International Journal of Project Management**. 32(1), 153-165.
- Photisita, C. (2009). **sāt læ sin hāēng kānwichai choēng khunnaphāp** [Science and art of quality research]. Bangkok: Amarin Printing and Publisher.
- Razak, N. A., Pangil, F., Zin, M. L. M., Yunus, N. A. M. & Asnawi, N. H. (2016). Theories of knowledge sharing behavior in business strategy. **Procedia Economics and Finance Journal**. 37(1), 545-553.
- RitCharoon, P. (2001). **rabiāp withikān wichai thāng sangkhom** [Social Science. Research]. Bangkok: Phranakhon Rajabhat University Book Centre.
- Silpcharu, T. (2014). **kānwichai læ wikhrō khōmūn thāng sathiti dūai SPSS læ AMOS** [Research and statistical analysis with SPSS and AMOS]. 15th ed. Bangkok: SR Printing Mass Products.
- Souri, A., Nourozi, M., Rahmani, A. M., & Navimipour, N. J. (2019). A model checking approach for user relationship management in the social network. **Kybernetes Emerald journal**. 48(3), 407-423.
- The office of Industrial Economics. (2016). **phāwa sēnthakit ‘utsāhakam** [Industrial Economy]. Retrieved from <http://www.oie.go.th/view/1/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%81/TH-TH>.