

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ, 2543.
- เกรียงไกร เตชกานนท์. กรณีศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการถ่ายทอดเทคโนโลยีข้ามกิจการในอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ 20,1 (มีนาคม 2545): 12-47.
- เจนเนคร มณีนาถ และคนอื่นๆ. สร้างองค์กรอัจฉริยะในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพมหานคร: ชัม ชิสเต็ม, 2546.
- ฉัษชา คุ่มชีวานันท์. พันธมิตรทางธุรกิจ : สิ่งที่ไม่ควรถูกมองข้าม. บริษัทปริทรรศน์ 19,3 (ตุลาคม 2542): 8-9.
- คอง, อีฟ แอล และ ฮาเมล, แกรี. รวมกันเราอยู่. แปลโดย สุปราณี. กรุงเทพมหานคร: เอ.อาร์. บีซี เนส เพรส, 2545.
- ธีรภิกขุ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. พันธมิตรทางธุรกิจ : ทางเลือกใหม่ ของธุรกิจไทยในยุคโลกาภิวัตน์. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 19,72 (มิถุนายน 2540): 1-11.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุภโชค. การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพมหานคร: เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส, 2546.
- บดินทร์ วิจารณ์. การจัดการความรู้ สู่ปัญญาปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: เอ็กสเปอร์เน็ท, 2547.
- ผลิน ภู่อรุญ. กลยุทธ์การจัดการบริษัทร่วมทุนระหว่างประเทศในประเทศไทย กับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 42 (เมษายน 2545): 91-130.
- ผลิน ภู่อรุญ. การจัดการธุรกิจร่วมสมัย : กรอบแนวคิดใหม่ทางการจัดการในการสร้างและพัฒนาพลวัตในการแข่งขัน. กรุงเทพมหานคร: เอกพิมพ์ไท, 2546.
- ผ่องพรรณ ศรีขมมงคล และ สุภาพ ฉัตรภรณ์. การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.
- พสุ เศษรินทร์. กลยุทธ์ใหม่ในการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: ฮาซัน พรินติ้ง, 2546.
- พสุ เศษรินทร์. การเปลี่ยนแปลงของแนวความคิดด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 18,69 (กันยายน 2539): 35-41.

- พสุ เดชะรินทร์. ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจภายใต้ความท้าทายใหม่ๆ. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 20,75 (มีนาคม 2541): 23-46.
- พิบูล ทีปะปาล. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์, 2546.
- บุคา รักไทย และ สุภาวดี วิหะประพันธ์. กลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2544.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์, 2546.
- รุ่งเรือง ลิ้มชูปัญญาณ์. การพัฒนาการบริหารจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management development). จุฬาลงกรณ์วารสาร 15,57 (ตุลาคม - ธันวาคม 2545): 45-55.
- วรัญญา ภัทรสุข. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วิชา สุหฤตดำรง. วิธีแห่งล่อจิตติกส์และโซ่อุปทาน 2. กรุงเทพมหานคร: อี.ไอ. สแควร์ พับลิชชิ่ง, 2547.
- วีรวิฑูร มาฆะศิริรานนท์ และ บุคา รักไทย. องค์กรฉลาดคิดและสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2542.
- ศรีณรงค์ ชูศรีนวล. พันธมิตรร่วมธุรกิจ (Strategic Alliance) นำพึงเรือเสือพึงป่า. วารสารนักบริหาร 19,4 (ตุลาคม - ธันวาคม 2542): 65-68.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- เสนาะ ดิเขาว์. การบริหารกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อุทัย คันละมัย และ สุทธิมา ชำนาญเวช. พันธมิตรทางกลยุทธ์ของธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2542.
- อุทัย บุญประเสริฐ. การติดต่อสื่อสารในองค์กรและการบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการบริหารศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- เฮนเซน, มอร์เทน ที. การสร้างกลยุทธ์ในการจัดการความรู้. แปลโดย ประไพ จุญนารถ และ วีรวิฑูร มาฆะศิริรานนท์. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ต, 2547.

ภาษาอังกฤษ

- Aaker, D. A. Strategic market management. New York: John Wiley & Sons, 1992.
- Amit, R., and Shoemaker, P.J.H. Strategic assets and organizational rent. Strategic Management Journal 14 (1993): 33-46.
- Angel, H. L., and Perry, J. L. An empirical assessment of organizational commitments and organizational effectiveness. Administrative Science Quarterly 26 (1981): 1-14.
- Asanuma, B. Manufacturer – supplier relationships in Japan and the concept of relation – specific skill. Journal of the Japanese and International Economies 3 (1989): 1-30.
- Bain & company, Inc. The management tools survey [Online]. Boston: 2005. Available from: http://www.bain.com/management_tools/about_overview.asp [5 September 2005].
- Balakrishnan, S., and Koza, M.P. Information asymmetry, adverse selection and joint ventures: Theory and evidence. Journal of Economic Behavior and Organization 20 (1993): 99-117.
- Barney, J. B. Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management 17 (1991): 99-120.
- Baughn, C.C., Denekamp, J.G., Stevens, J.H., and Osborn, R.N. Protecting intellectual capital in international alliances. Journal of World Business 32 (1997): 103-117.
- Bear, M., Eisenstat, R. A., and Spector, B. A. The critical path to corporate renewal. Harvard Business School Press (1990).
- Bromiley, P., and Cummings, L.L. Transactions costs in organizations with trust. Research on Negotiations in Organizations 5 (1995): 217-247.
- Buckley, P. J., and Casson, M. A theory of cooperation in international business. In F. J. Contractor and P. Lorange (eds.), Cooperative strategies in international business, 31-53. Maryland: Health, 1988.
- Chen, Li - Yueh. An examination of the relationships among leadership behaviors, knowledge sharing, and organization's marketing effectiveness in professional service firms that have been engaged in strategic alliances. Doctoral dissertation, Department of Business Administration, Nova Southeastern University, 2004.
- Chiles, T.H., and McMackin, J.F. Integrating variable risk preferences, trust, and transaction cost economics. Academy of Management Review 21 (1996): 73-99.

- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A. Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. Administrative Science Quarterly 35 (1990): 128-152.
- Collinson, S. Knowledge management capabilities for steel makers: A British - Japanese corporate alliance for organizational learning. Technology Analysis and Strategic Management 11 (1999): 337-358.
- Collis, D. J. A resource-based analysis of global competition: The case of the bearings industry. Strategic Management Journal 12 (1991): 49-68.
- Contractor, F. J., and Lorange, P. Cooperative strategies in international business. Maryland: Lexington Books, 1988.
- Crossan, M.M., and Inkpen, A. C. The subtle art of learning through alliances. Business Quarterly 60 (1995): 68-78.
- Dillman, D. A. Mail and Internet surveys: The tailored design method. New York: J. Wiley, 2000.
- Dodgson, M. Learning, trust, and technological collaboration. Human Relations 46 (1993): 77-95.
- Drucker, P. F. The network society. Wall Street Journal (March 1995): 12.
- Dyer, J. H., and Singh, H. The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. Academy of Management Review 23 (1998): 660-679.
- Fiol, C. M., and Lyles, M. A. Organizational learning. Academy of Management Review 10 (1985): 803-813.
- Ganesan, S. Determinants of long - term orientation in buyer - seller relationships. Journal of Marketing 12 (April 1994).
- Gnyawali, D. R., and Madhavan, R. Cooperative networks and competitive. Academy of Management Review 26 (2001): 431-445.
- Goes, J. B., and Park, S. H. Interorganizational links and innovation: The case of hospital services. Academy of Management Journal 40 (1997): 673-696.
- Gulati, R. Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. Academy of Management Journal 38 (1995): 85-112.
- Hamel, G. Competition for competence and inter - partner learning with international strategic alliances. Strategic Management Journal 12 (1991): 83-103.

- Hamel, G., Doz, Y. L., and Prahalad, C. K. Collaborate with your competitors - and win. Harvard Business Review, (January - February 1989): 133-139.
- Hedlund, G. A model of knowledge management and the n - form corporation. Strategic Management Journal 15 (1994): 73-90.
- Hutt, M. D., Stafford, E. R., Walker, B. A., and Reingen, P. H. Case study defining the social network of a strategic alliance. Sloan Management Review (2000): 51-62.
- Inkpen, A. C. Learning and collaboration: An examination of North American - Japanese joint ventures. Doctoral dissertation, The University of Western Ontario, 1992.
- Inkpen, A. C. Learning, knowledge acquisition, and strategic alliances. European Management Journal 16 (1998): 223-229.
- Inkpen, A. C. Learning through joint ventures: A framework of knowledge acquisition. Journal of Management Studies 37 (November 2000): 1019-1043.
- Inkpen, A.C., and Dinur, A. Knowledge management processes and international joint ventures. Organization Science 9 (1998): 454-468.
- Jarillo, J. C. On strategic networks. Strategic Management Journal 9 (1988): 31-41.
- Jarillo, J. C. Strategic networks: Creating the borderless organization. London: Butterworth - Heinemann, 1993.
- Khanna, T., Gulati, R., and Nohria, N. The dynamics of learning alliances: Competition, cooperation, and relative scope. Strategic Management Journal 19 (1998): 193-210.
- Kim, Linsu. Imitation to innovation: The dynamics of Korea's technological learning. Harvard University Press (1997).
- Klein, B., Crawford, R. G., and Alchian, A. A. Vertical integration, appropriable rents, and the competitive contracting process. Journal of Law and Economics 21 (1978): 297-326.
- Kumar, S., and Seth, A. The design of coordination and control mechanisms for managing joint venture - parent relationships. Strategic Management Journal 19 (1998): 579-599.
- Lall, S. Learning from the Asian tigers. MacMillan Press (1996).
- Lane, P. J., and Lubatkin, M. Relative absorptive capacity and interorganizational learning. Strategic Management Journal 19 (1998): 461-477.
- Larsson, R., Bengtsson, L., Henriksson, K., and Sparks, J. The interorganizational learning dilemma: Collective knowledge development in strategic alliances. Organization Science 9 (1998): 285-305.

- Lee, C., Bae, Z., and Lee, J. Strategies for linking vertical cooperative R&D to commercialization in Korea. Journal of Product Innovation Management 11 (1994): 325-335.
- Lei, D., and Slocum, Jr. John W. Global strategy, competence - building and strategic alliances. California Management Review 35 (1992): 81-97.
- Leonard - Barton, D. Wellsprings of knowledge: Building and sustaining the sources of innovation. Harvard Business School Press (1995).
- Levinson, N. S., and Asahi, M. Cross - national alliances and interorganizational learning. Organizational Dynamics 24 (1996): 51-63.
- Lincoln, J. R., Ahmadjian, C. L., and Mason, E. Organizational learning and purchase - supply relations in Japan: Hitachi, Matsushita, and Toyota compared. California Management Review 40 (1998): 241-264.
- Lorange, P., and Roos, J. Strategic alliances: Formation, implementation and evolution. Oxford: Blackwell, 1993.
- Millar, J., Demaid, A., and Quintas, P. Trans-organizational innovation: A framework for research. Technology Analysis and Strategic Management 9 (1997): 399-418.
- Mohr, J., Fisher, R., and Nevin, J. Collaborative communication in interfirm relationships: Moderating effects of integration and control. Journal of Marketing 60 (July 1996): 103-115.
- Mohr, J., and Spekman, R. Characteristics of partnership success: Partnership attributes, communication behavior, and conflict resolution techniques. Strategic Management Journal 15 (1994): 135-152.
- Moorman, C., Deshpande, R., and Zaltman, G. Factors effecting trust in market research relationship. Journal of Marketing 57 (January 1993).
- Mowery, D. C., Oxley, J. E., and Silverman, B. S. Strategic alliances and interfirm knowledge transfer. Strategic Management Journal 17 (1996): 77-91.
- Nicholls - Nixon, C. L. Absorptive capacity and technology sourcing: implications for responsiveness of established firms. Doctoral dissertation, Purdue University, 1993.
- Norman, P. M. Knowledge acquisition, knowledge loss, and satisfaction in high technology alliances. Journal of Business Research 57 (June 2004): 610-619.

- Norman, P. M. Protecting knowledge in strategic alliances: Resource and relational characteristics. The Journal of High Technology Management Research 13 (2002): 177-202.
- Nunnally, J. C., and Durham, R. C. Validity, reliability and special problem of measure in evaluation research. In E. Struening and M. Guttentert (eds.), Handbook of evaluation research, California: Sage, 1975.
- Ohmae, K. The global logic of strategic alliances. In Bleeke, Joel and David Ernst (eds.), Collaborating to compete: Using strategic alliances and acquisitions in the global marketplace, 35-54. New York: John Wiley & Sons, 1993.
- Oxley, J.E. Institutional environment and the mechanisms of governance: The impact of intellectual property protection of the structure of inter-firm alliances. Journal of Economic Behavior and Organization 38 (1999): 283-309.
- Park, S. H., and Ungson, G. R. The effect of national culture, organizational complementarity, and economic motivation on joint venture dissolution. Academy of Management Journal 40 (1997): 279-307.
- Parkhe, A. "Messy" research, methodological predispositions, and theory development in international joint ventures. Academy of Management Review 18 (1993): 227-268.
- Phatak, A. V. International management. California: South-Western Educational Publishing, 1996.
- Powell, W. W., Koput, K. W., and Doerr, L. S. Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. Administrative Science Quarterly 41 (1996): 116-145.
- Prahalad, C. K., and Hamel, G. The core competence of the corporation. Maryland: Harvard Business School Publishing, 2003.
- Prokesch, S. E. Unleashing the power of learning: An interview with British Petroleum's John Browne. Harvard Business Review 75 (1997): 146-168.
- Ramachandran, V. Technology transfer, firm ownership, and investment in human capital. Review of Economics and Statistics 75 (1993): 664-670.
- Reed, R., and DeFillippi, R. J. Causal ambiguity, barriers to imitation, and sustainable competitive advantage. Academy of Management Journal 15 (1990): 88-102.
- Richter, F. J., and Vettel, K. Successful joint ventures in Japan: Transferring knowledge through organizational learning. Long Range Plan 28 (1995): 37-45.

- Ring, P. S., and Van de Ven, A. H. Structuring cooperative relationships between organizations. Strategic Management Journal 13 (1992): 483-498.
- Rotter, J. B. A new scale for the measurement of interpersonal trust. Journal of Personality 35 (December 1967).
- Shenkar, O., and Li, J. Knowledge search in international cooperative ventures. Organization Science 10 (1999): 134-143.
- Si, S. X., and Bruton, G. D. Knowledge transfer in international joint ventures in transition economies: The China experience. Academy of Management Executive 13 (1999): 83-90.
- Silver, D. A. Strategic partnering. Ohio: McGraw - Hill, 1993.
- Simonin, B. L. Ambiguity and the process of knowledge transfer in strategic alliances. Strategic Management Journal 20 (1999): 595-624.
- Sivadas, E., and Dwyer, F. R. An examination of organizational factors influencing new product success in internal and alliance-based processes. Journal of Marketing 64 (January 2000): 31-49.
- Teece, D. J. Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. In David J. Teece (ed.), The competitive challenge: Strategies for industrial innovation and renewal, 185-219. Cambridge: Ballinger, 1987.
- Tsang, Eric W. K., Nruyen, D. T., and Erramilli, M. K. Knowledge acquisition and performance of international joint ventures in the transition economy of Vietnam. Journal of International Marketing 12 (2004): 82-103.
- Zander, U., and Kogut, B. Knowledge and the speed of the transfer and imitation of organizational capabilities: An empirical test. Organization Science 6 (1995): 76-92.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก**หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์**

14 พฤศจิกายน 2549

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์

เรียน ท่านผู้บริหาร

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด

2. ของเปล่าคิดแถมปีเพื่อข้อมูลตอบกลับจำนวน 1 ของ

ด้วย นางสาว วันเพ็ญ นนทสิบุตร นิสิตปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรทางธุรกิจ (BUSINESS ALLIANCES STRATEGY: FACTORS AFFECTING KNOWLEDGE SHARING IN BUSINESS ALLIANCES) โดยมี รศ. ดร. พสุ เดชะรินทร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ. ดร. ชัยพงศ์ ตั้งมณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

เนื่องจากงานวิทยานิพนธ์นี้ต้องการศึกษาการดำเนินงานกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจขององค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้บริหารขององค์กรผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจจะเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นการได้รับความร่วมมือจากท่านจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของงานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ น.ส. วันเพ็ญ นนทสิบุตร ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและกรุณานำแบบสอบถามดังกล่าวใส่ซองจดหมายที่ได้แนบมานี้เพื่อการตอบกลับ โดย น.ส. วันเพ็ญ นนทสิบุตร จะเป็นผู้ติดต่อประสานงานด้านต่างๆ ด้วยตนเอง ทั้งนี้ขอให้ท่านโปรดมั่นใจได้ว่า ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยจะสรุปผลแต่เพียงภาพรวมเท่านั้นไม่ได้เจาะจงแสดงข้อมูลของบริษัทใดเป็นพิเศษ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาดำเนินการ ทางหลักสูตรฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านและขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ. ดร. อรรถพล ต้นกะมัย)

ประธานคณะกรรมการดำเนินงานหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

(รศ. ดร. พสุ เดชะรินทร์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

หมายเหตุ เพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณ เมื่องานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้แล้วเสร็จจะจัดส่งรายงานสรุปผลการวิจัยให้กับท่าน ซึ่งอาจนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจขององค์กรท่านได้

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามชุดผู้ถ่ายทอดความรู้

คำชี้แจง

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในการศึกษาระดับปริญญาโท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ ผลการศึกษาที่ได้รับจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ โดยจะช่วยให้การแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารและมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจขององค์กร จึงเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และในมุมมองที่แท้จริงได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ขอให้ท่านตอบคำถามตามข้อเท็จจริงจากสิ่งที่ท่านทราบหรือตามประสบการณ์ของท่าน

สำหรับงานวิจัยนี้ พันมิตรธุรกิจ (Strategic Alliance) หมายถึง ความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างองค์กรธุรกิจตั้งแต่สองแห่งขึ้นไป เช่น การร่วมมือกับคู่แข่ง ชักพลาซเออร์ ผู้จัดจำหน่าย หรือธุรกิจอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การบริการลูกค้า การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นพันธมิตรธุรกิจแบบไม่มีการลงทุนร่วมกันหรือมีการลงทุนร่วมกันก็ได้

ข้อแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

- แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 หน้า (รวมหน้านี้) ใช้เวลาทำประมาณ 10 นาที
- กรุณาเลือกหนึ่งพันธมิตรที่บริษัทท่านกำลังร่วมดำเนินการหรือเคยร่วมดำเนินการ โดยเป็นความร่วมมือที่ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และใช้ข้อมูลในฐานะที่บริษัทท่านเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ให้กับพันธมิตรในการตอบแบบสอบถาม
- ในแบบสอบถามนี้ คำว่า “บริษัท” หมายถึง บริษัทที่ท่านทำงาน ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ส่วน “พันธมิตร” หมายถึง บริษัทที่เป็นคู่พันธมิตรของท่าน ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้รับความรู้
- กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือวงกลมช่องที่ใกล้เคียงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
- เมื่อท่านตอบแบบสอบถามเสร็จสมบูรณ์แล้ว กรุณาส่งแบบสอบถามกลับคืน โดยนำใส่ซองซึ่งผู้วิจัย ได้จัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว

กรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 15 ธันวาคม 2549

ผู้วิจัยขอเสนอรายงานสรุปผลการวิจัยเป็นการขอบคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย

ขอรับรองว่าข้อมูลทุกอย่างของท่านที่อยู่ในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่สุด

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ

1. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อแสดงความเห็นของท่านว่า ประเด็นต่อไปนี้คือวัตถุประสงค์ของพันธมิตรในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกับบริษัทท่าน (โปรดตอบทุกข้อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. การเรียนรู้ด้านการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. การเรียนรู้ด้านการบริหารการผลิต เช่น เทคโนโลยี การวิจัยพัฒนา เป็นต้น	1	2	3	4	5
4. การเรียนรู้ด้านการบริหารการเงิน.....	1	2	3	4	5
5. การเรียนรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล.....	1	2	3	4	5

2. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อระบุว่า บริษัทท่านได้ถ่ายทอดความรู้ด้านต่างๆ ให้กับพันธมิตรในระดับใด เมื่อเปรียบเทียบกับข้อตกลงในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ (โปรดตอบทุกข้อ)

ความรู้ด้าน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยกว่าที่ตกลง	←—————→			มากกว่าที่ตกลง
1. การบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. การบริหารการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. การบริหารการผลิต.....	1	2	3	4	5
4. การบริหารการเงิน.....	1	2	3	4	5
5. การบริหารทรัพยากรบุคคล.....	1	2	3	4	5

3. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ความรู้ที่ถ่ายทอดเป็นสิ่งที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายในบริษัทท่านมา เป็นระยะเวลานาน.....	1	2	3	4	5
2. ความรู้ที่ถ่ายทอดเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทท่าน.....	1	2	3	4	5
3. ความรู้ที่ถ่ายทอดเป็นสิ่งที่ฝังลึกในภารกิจ ค่านิยม วัฒนธรรมองค์กร และกระบวนการทำงานของบริษัทท่าน.....	1	2	3	4	5

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
4. ความรู้ที่ถ่ายทอดมีลักษณะเฉพาะพิเศษของบริษัทท่านเท่านั้น.....	1	2	3	4	5
5. ความรู้ที่ถ่ายทอดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับบริษัทท่าน และได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากลูกค้า.....	1	2	3	4	5
6. ความรู้ที่ถ่ายทอดสามารถถ่ายทอดได้อย่างง่ายและรวดเร็ว.....	1	2	3	4	5
7. ความรู้ที่ถ่ายทอดสามารถอธิบายและเข้าใจผ่านการพูดคุยได้อย่างชัดเจน.....	1	2	3	4	5
8. ความรู้ที่ถ่ายทอดสามารถนำมาประมวลเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรได้.....	1	2	3	4	5
9. ความรู้ที่ถ่ายทอดสามารถเรียนรู้ผ่านการสังเกตการณ์ได้.....	1	2	3	4	5
10. ความรู้ที่ถ่ายทอดสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ผ่านการศึกษาวีดิโอหรือ จากคู่มือการปฏิบัติงานต่างๆ.....	1	2	3	4	5

4. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อระบุว่า บริษัทท่านกับพันธมิตรมีความเหมือนกันในทรัพยากรและความสามารถในประเด็น
ต่างๆ มีระดับใด (โปรดตอบทุกข้อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เหมือนกัน อย่างยิ่ง	ไม่เหมือนกัน	เฉยๆ	เหมือนกัน	เหมือนกัน อย่างยิ่ง
1. ระบบการบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. ความสามารถด้านการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. ลักษณะของสินค้า.....	1	2	3	4	5
4. ความสามารถด้านการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย.....	1	2	3	4	5
5. ความสามารถด้านการให้บริการลูกค้า.....	1	2	3	4	5
6. ความสามารถด้านการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ.....	1	2	3	4	5
7. ระบบการผลิตและเทคโนโลยีในการผลิต.....	1	2	3	4	5
8. ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	1	2	3	4	5
9. ความสามารถด้านการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต.....	1	2	3	4	5
10. ความสามารถด้านการเงิน.....	1	2	3	4	5
11. ความรู้ความสามารถของพนักงาน.....	1	2	3	4	5
12. ความสามารถด้านการพัฒนาบุคลากร.....	1	2	3	4	5

5. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่ที่ใช้ในการดำเนินงานร่วมกันนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ หรือแบบแผนที่เป็นทางการ.....	1	2	3	4	5
2. บริษัทท่านกับพันธมิตรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน.....	1	2	3	4	5
3. บริษัทท่านกับพันธมิตรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน นอกเหนือจากการทำงาน เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ การสัมมนา เป็นต้น.....	1	2	3	4	5
4. การพูดคุยระหว่างบุคลากรของทั้งสององค์กร จะเป็นที่ยอมรับโดยไม่ต้องการเขียนบันทึกในรายละเอียด.....	1	2	3	4	5
5. ผู้บริหารของทั้งสององค์กรมีโอกาสได้พบปะกันนอกสถานที่ทำงาน เช่น ร่วมรับประทานอาหาร ดึกอล์ฟ เป็นต้น.....	1	2	3	4	5

6. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

บริษัทท่านมีความเชื่อใจว่า	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. พันธมิตรได้ปฏิบัติตามข้อตกลงในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
2. การกระทำของพันธมิตรเป็นประโยชน์ต่อบริษัทท่าน.....	1	2	3	4	5
3. พันธมิตรมีความเปิดเผยและจริงใจในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
4. พันธมิตรได้ใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่เพื่อร่วมดำเนินงานในพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
5. พันธมิตรไม่ได้กระทำการใดๆ ให้บริษัทท่านเสียหายจากการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5

7. บริษัทท่านกับพันธมิตรเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกันในรูปแบบใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

มีการร่วมลงทุนหรือถือหุ้นระหว่างกัน

ไม่มีการร่วมลงทุนหรือถือหุ้นระหว่างกัน แต่ตกลงที่จะร่วมมือกัน หรือทำสัญญาร่วมกัน

8. ก่อนเริ่มเซ็นสัญญาดำเนินการ บริษัทท่านกับพันธมิตรเคยเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจหรือเคยติดต่อธุรกิจอื่นๆ กันมาก่อนหรือไม่ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

เคย

ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง (โปรดระบุชื่อตำแหน่งของท่าน) _____
3. ท่านทำงานในบริษัทมาเป็นระยะเวลา _____ ปี
4. โปรดระบุบทบาทของท่านในการดำเนินงานด้านพันธกิจธุรกิจ _____
5. บริษัทท่านดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ปี
 น้อยกว่า 5 ปี 5 – 15 ปี 16 – 25 ปี
 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 ปี ขึ้นไป
6. จำนวนพนักงานเต็มเวลา (full time) ในบริษัทท่าน
 น้อยกว่า 100 คน 100 – 300 คน 301 – 500 คน
 501 – 1,000 คน 1,001 – 1,500 คน 1,501 คน ขึ้นไป
7. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง เพื่อช่วยเพิ่มความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธกิจทางธุรกิจ

กรุณาส่งแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัย โดยนำใส่ซองซึ่งผู้วิจัยได้จัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยขอเสนอรายงานสรุปผลการวิจัยเป็นการขอบคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย หากท่านประสงค์จะรับกรณารอกแบบฟอร์มข้างล่างนี้ หรือแนบนามบัตรมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้ ที่อยู่ _____

เบอร์โทรศัพท์ _____ E-mail address _____

หากท่านมีข้อสงสัยประการใด โปรดติดต่อผู้วิจัยได้ที่

น.ส. วันเพ็ญ นนทสิบุตร

ที่อยู่ 59/395 หมู่บ้านสินทวี ถ.พระรามที่ 2 ต.ท่าข้าม อ.บางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

เบอร์โทรศัพท์ 0-9775-9395, 0-2896-6385 เบอร์โทรสาร 0-2451-9395 E-mail am_bow@hotmail.com

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามชุดผู้รับความรู้

คำชี้แจง

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยในการศึกษาระดับปริญญาโท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจ ผลการศึกษาที่ได้รับจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ โดยจะช่วยให้การแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้บริหารและมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจขององค์กร จึงเป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และในมุมมองที่แท้จริงได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ขอให้ท่านตอบคำถามตามข้อเท็จจริงจากสิ่งที่ท่านทราบหรือตามประสบการณ์ของท่าน

สำหรับงานวิจัยนี้ พันมิตรธุรกิจ (Strategic Alliance) หมายถึง ความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างองค์กรธุรกิจตั้งแต่สองแห่งขึ้นไป เช่น การร่วมมือกับคู่แข่ง ชัพพลายเออร์ ผู้จัดจำหน่าย หรือธุรกิจอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อพัฒนาความสามารถในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การผลิต การบริการลูกค้า การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นพันธมิตรธุรกิจแบบไม่มีการลงทุนร่วมกันหรือมีการลงทุนร่วมกันก็ได้

ข้อแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

- แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 หน้า (รวมหน้านี้) ใช้เวลาทำประมาณ 10 นาที
- กรุณาเลือกหนึ่งพันธมิตรที่บริษัทท่านกำลังร่วมดำเนินการหรือเคยร่วมดำเนินการ โดยเป็นความร่วมมือที่ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนความรู้ และใช้ข้อมูลในฐานะที่บริษัทท่านเป็นผู้รับความรู้จากพันธมิตรในการตอบแบบสอบถาม
- ในแบบสอบถามนี้ คำว่า “บริษัท” หมายถึง บริษัทที่ท่านทำงาน ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้รับความรู้ ส่วน “พันธมิตร” หมายถึง บริษัทที่เป็นคู่พันธมิตรของท่าน ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้
- กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ หรือวงล้อมช่องที่ใกล้เคียงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
- เมื่อท่านตอบแบบสอบถามเสร็จสมบูรณ์แล้ว กรุณาส่งแบบสอบถามกลับคืน โดยนำใส่ซองซึ่งผู้วิจัยได้จัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว

กรุณาส่งแบบสอบถามกลับภายในวันที่ 15 ธันวาคม 2549

ผู้วิจัยขอเสนอรายงานสรุปผลการวิจัยเป็นการขอบคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย

ขอรับรองว่าข้อมูลทุกอย่างของท่านที่อยู่ในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่สุด

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ

1. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อแสดงความเห็นของท่านว่า ประเด็นต่อไปนี้คือวัตถุประสงค์ของบริษัทท่านในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ (โปรดตอบทุกข้อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. การเรียนรู้ด้านการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. การเรียนรู้ด้านการบริหารการผลิต เช่น เทคโนโลยี การวิจัยพัฒนา เป็นต้น	1	2	3	4	5
4. การเรียนรู้ด้านการบริหารการเงิน.....	1	2	3	4	5
5. การเรียนรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล.....	1	2	3	4	5

2. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อระบุว่า บริษัทท่านได้รับความรู้ด้านต่างๆ จากพันธมิตรในระดับใด เมื่อเปรียบเทียบกับข้อตกลงในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ (โปรดตอบทุกข้อ)

ความรู้ด้าน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยกว่าที่ตกลง				มากกว่าที่ตกลง
1. การบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. การบริหารการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. การบริหารการผลิต.....	1	2	3	4	5
4. การบริหารการเงิน.....	1	2	3	4	5
5. การบริหารทรัพยากรบุคคล.....	1	2	3	4	5

3. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ความรู้ที่บริษัทได้รับเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ พันธมิตร.....	1	2	3	4	5
2. ความรู้ที่บริษัทได้รับเป็นสิ่งที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษของพันธมิตร เท่านั้น.....	1	2	3	4	5

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3. ความรู้ที่บริษัทได้รับเป็นสิ่งที่ทำให้พันธมิตรได้รับการยอมรับและชื่นชมจากลูกค้า.....	1	2	3	4	5
4. ความรู้ที่บริษัทได้รับสามารถถ่ายทอดได้อย่างง่ายและรวดเร็ว.....	1	2	3	4	5
5. ความรู้ที่บริษัทได้รับสามารถอธิบายและเข้าใจผ่านการพูดคุยได้อย่างชัดเจน.....	1	2	3	4	5
6. ความรู้ที่บริษัทได้รับสามารถนำมาประมวลเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรได้.....	1	2	3	4	5
7. ความรู้ที่บริษัทได้รับสามารถเรียนรู้ผ่านการสังเกตการณ์ได้.....	1	2	3	4	5
8. ความรู้ที่บริษัทได้รับสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ผ่านการศึกษาวิเคราะห์จากคู่มือการปฏิบัติงานต่างๆ.....	1	2	3	4	5

4. โปรดวงล้อมตัวเลขเพื่อระบุว่า บริษัททำงานกับพันธมิตรมีความเหมือนกันในทรัพยากรและความสามารถในประเด็นต่างๆ นี้ ระดับใด (โปรดตอบทุกข้อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เหมือนกัน อย่างยิ่ง	ไม่เหมือนกัน	เฉยๆ	เหมือนกัน	เหมือนกัน อย่างยิ่ง
1. ระบบการบริหารจัดการ.....	1	2	3	4	5
2. ความสามารถด้านการตลาด.....	1	2	3	4	5
3. ลักษณะของสินค้า.....	1	2	3	4	5
4. ความสามารถด้านการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย.....	1	2	3	4	5
5. ความสามารถด้านการให้บริการลูกค้า.....	1	2	3	4	5
6. ความสามารถด้านการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ.....	1	2	3	4	5
7. ระบบการผลิตและเทคโนโลยีในการผลิต.....	1	2	3	4	5
8. ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	1	2	3	4	5
9. ความสามารถด้านการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต.....	1	2	3	4	5
10. ความสามารถด้านการเงิน.....	1	2	3	4	5
11. ความรู้ความสามารถของพนักงาน.....	1	2	3	4	5
12. ความสามารถด้านการพัฒนาบุคลากร.....	1	2	3	4	5

5. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่ที่ใช้ในการดำเนินงานร่วมกันนั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ หรือแบบแผนที่เป็นทางการ.....	1	2	3	4	5
2. บริษัทท่านกับพันธมิตรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน.....	1	2	3	4	5
3. บริษัทท่านกับพันธมิตรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน นอกเหนือจากการทำงาน เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์ การสัมมนา เป็นต้น.....	1	2	3	4	5
4. การพูดคุยระหว่างบุคลากรของทั้งสององค์กร จะเป็นที่ยอมรับโดยไม่ได้มีการเขียนบันทึกในรายละเอียด.....	1	2	3	4	5
5. ผู้บริหารของทั้งสององค์กรมีโอกาสได้พบปะกันนอกสถานที่ทำงาน เช่น ร่วมรับประทานอาหาร ดิโกอล์ฟ เป็นต้น.....	1	2	3	4	5

6. โปรดวงล้อมตัวเลขที่แสดงความเห็นของท่านต่อข้อความเหล่านี้ (โปรดตอบทุกข้อ)

ในความเห็นของท่าน ท่านคิดว่าพันธมิตรมีความเชื่อใจว่า	ระดับความคิดเห็น				
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. บริษัทท่าน ได้ปฏิบัติตามข้อตกลงในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
2. การกระทำของบริษัทท่านเป็นประโยชน์ต่อพันธมิตร.....	1	2	3	4	5
3. บริษัทท่านมีความเปิดเผยและจริงจังในการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
4. บริษัทท่านได้ใช้ความสามารถที่มีอยู่อย่างเต็มที่เพื่อร่วมดำเนินงานในพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5
5. บริษัทท่าน ไม่ได้กระทำการใดๆ ให้พันธมิตรเสียหายจากการร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจ.....	1	2	3	4	5

7. บริษัทท่านกับพันธมิตรเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกันในรูปแบบใด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

มีการร่วมลงทุนหรือถือหุ้นระหว่างกัน

ไม่มีการร่วมลงทุนหรือถือหุ้นระหว่างกัน แต่ตกลงที่จะร่วมมือกัน หรือทำสัญญาร่วมกัน

8. ก่อนเริ่มเซ็นสัญญาดำเนินการ บริษัทท่านกับพันธมิตรเคยเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจหรือเคยติดต่อธุรกิจอื่นๆ กันมาก่อนหรือไม่ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

เคย

ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. ปัจจุบันท่านดำรงตำแหน่ง (โปรดระบุชื่อตำแหน่งของท่าน) _____
3. ท่านทำงานในบริษัทมาเป็นระยะเวลา _____ ปี
4. โปรดระบุบทบาทของท่านในการดำเนินงานด้านพันธมิตรธุรกิจ _____
5. บริษัทท่านดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลาที่ปี
 น้อยกว่า 5 ปี 5 – 15 ปี 16 – 25 ปี
 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 ปี ขึ้นไป
6. จำนวนพนักงานเต็มเวลา (full time) ในบริษัทท่าน
 น้อยกว่า 100 คน 100 – 300 คน 301 – 500 คน
 501 – 1,000 คน 1,001 – 1,500 คน 1,501 คน ขึ้นไป
7. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้าง เพื่อช่วยเพิ่มความสำเร็จในการแลกเปลี่ยนความรู้ในพันธมิตรทางธุรกิจ

กรุณาส่งแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัย โดยนำใส่ซองซึ่งผู้วิจัย ได้จัดเตรียมไว้เรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัยขอเสนอรายงานสรุปผลการวิจัยเป็นการขอบคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย หากท่านประสงค์จะรับกรูณากรอกแบบฟอร์มข้างล่างนี้ หรือแนบนามบัตรมาพร้อมกับแบบสอบถามชุดนี้ ที่อยู่ _____

เบอร์โทรศัพท์ _____ E-mail address _____

หากท่านมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อผู้วิจัยได้ที่

น.ส. วันเพ็ญ นนทสิบุตร

ที่อยู่ 59/395 หมู่บ้านสินทวี ถ.พระรามที่ 2 ต.ท่าข้าม อ.บางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

เบอร์โทรศัพท์ 0-9775-9395, 0-2896-6385 เบอร์โทรสาร 0-2451-9395 E-mail am_bow@hotmail.com

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ภาคผนวก ง

ตารางการแจกแจงความถี่ร่วม

1. ตารางการแจกแจงความถี่ร่วม (Crosstabs) ของข้อมูลด้านการถ่ายทอดความรู้

ตารางที่ ง.1 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารจัดการกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้				Total
			น้อย	ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การถ่ายทอด ความรู้ด้าน	น้อยกว่า	Count	0	1	1	0	2
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
การบริหาร จัดการ	เท่ากับ	Count	1	3	10	0	14
	ที่ตกลง	Percentage	7.1%	21.4%	71.4%	.0%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	1	4	2	7
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	14.3%	57.1%	28.6%	100.0%
	มากกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	0	1	0	1
		Percentage	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%
Total		Count	1	5	16	2	24
		Percentage	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%	100.0%

ตารางที่ ง.2 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการตลาดกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้				Total
			น้อย	ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การถ่ายทอด ความรู้ด้าน	น้อยกว่า	Count	1	1	1	0	3
	ที่ตกลง	Percentage	33.3%	33.3%	33.3%	.0%	100.0%
การบริหาร การตลาด	เท่ากับ	Count	0	4	8	0	12
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	33.3%	66.7%	.0%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	0	7	2	9
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	.0%	77.8%	22.2%	100.0%
Total		Count	1	5	16	2	24
		Percentage	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%	100.0%

ตารางที่ 3 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการผลิตกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้				Total
			น้อย	ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การถ่ายทอด ความรู้ด้าน	น้อยกว่า	Count	1	3	2	0	6
	ที่ตกลง	Percentage	16.7%	50.0%	33.3%	.0%	100.0%
การบริหาร การผลิต	เท่ากับ	Count	0	1	1	0	2
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	1	10	1	12
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	8.3%	83.3%	8.3%	100.0%
	มากกว่าที่	Count	0	0	3	1	4
	ตกลงมาก	Percentage	.0%	.0%	75.0%	25.0%	100.0%
Total		Count	1	5	16	2	24
		Percentage	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%	100.0%

ตารางที่ 4 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารการเงินกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้				Total
			น้อย	ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การถ่ายทอด ความรู้ด้าน	น้อยกว่าที่	Count	1	0	1	0	2
	ตกลงมาก	Percentage	50.0%	.0%	50.0%	.0%	100.0%
การบริหาร การเงิน	น้อยกว่า	Count	0	3	5	0	8
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	37.5%	62.5%	.0%	100.0%
	เท่ากับ	Count	0	2	6	0	8
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	25.0%	75.0%	.0%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	0	4	1	5
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	.0%	80.0%	20.0%	100.0%
	มากกว่าที่	Count	0	0	0	1	1
	ตกลงมาก	Percentage	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Total		Count	1	5	16	2	24
		Percentage	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%	100.0%

ตารางที่ ๕.5 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการถ่ายทอดความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้				Total
			น้อย	ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การถ่ายทอด ความรู้ด้าน	น้อยกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	2	0	0	2
		Percentage	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%
การบริหาร ทรัพยากร บุคคล	น้อยกว่า ที่ตกลง	Count	0	1	5	0	6
		Percentage	.0%	16.7%	83.3%	.0%	100.0%
	เท่ากับ ที่ตกลง	Count	1	1	7	0	9
		Percentage	11.1%	11.1%	77.8%	.0%	100.0%
	มากกว่า ที่ตกลง	Count	0	1	4	1	6
		Percentage	.0%	16.7%	66.7%	16.7%	100.0%
Total	มากกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	0	0	1	1
		Percentage	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		Count	1	5	16	2	24
		Percentage	4.2%	20.8%	66.7%	8.3%	100.0%

2. ตารางการแจกแจงความถี่ร่วม (Crosstabs) ของข้อมูลด้านการได้รับความรู้

ตารางที่ ๕.6 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารจัดการกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้			Total
			ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การได้รับ ความรู้ด้าน	น้อยกว่า ที่ตกลง	Count	0	1	0	1
		Percentage	.0%	100.0%	.0%	100.0%
การบริหาร จัดการ	เท่ากับ ที่ตกลง	Count	2	12	4	18
		Percentage	11.1%	66.7%	22.2%	100.0%
	มากกว่า ที่ตกลง	Count	0	6	1	7
		Percentage	.0%	85.7%	14.3%	100.0%
	มากกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	0	1	1
		Percentage	.0%	.0%	100.0%	100.0%
		Count	2	19	6	27
		Percentage	7.4%	70.4%	22.2%	100.0%

ตารางที่ ง.7 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการตลาดกับ
ความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้			Total
			ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การได้รับ ความรู้ด้าน	น้อยกว่า ที่ตกลง	Count	0	2	0	2
		Percentage	.0%	100.0%	.0%	100.0%
การบริหาร การตลาด	เท่ากับ ที่ตกลง	Count	2	9	1	12
		Percentage	16.7%	75.0%	8.3%	100.0%
	มากกว่า ที่ตกลง	Count	0	7	3	10
		Percentage	.0%	70.0%	30.0%	100.0%
	มากกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	1	2	3
		Percentage	.0%	33.3%	66.7%	100.0%
Total		Count	2	19	6	27
		Percentage	7.4%	70.4%	22.2%	100.0%

ตารางที่ ง.8 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการผลิตกับ
ความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้			Total
			ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การได้รับ ความรู้ด้าน	น้อยกว่า ที่ตกลง	Count	1	2	0	3
		Percentage	33.3%	66.7%	.0%	100.0%
การบริหาร การผลิต	เท่ากับ ที่ตกลง	Count	1	9	2	12
		Percentage	8.3%	75.0%	16.7%	100.0%
	มากกว่า ที่ตกลง	Count	0	8	1	9
		Percentage	.0%	88.9%	11.1%	100.0%
	มากกว่าที่ ตกลงมาก	Count	0	0	3	3
		Percentage	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Total		Count	2	19	6	27
		Percentage	7.4%	70.4%	22.2%	100.0%

ตารางที่ ๙.9 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารการเงินกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้			Total
			ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การได้รับ ความรู้ด้าน	น้อยกว่าที่	Count	0	2	0	2
	ตกลงมาก	Percentage	.0%	100.0%	.0%	100.0%
การบริหาร การเงิน	น้อยกว่า	Count	1	3	0	4
	ที่ตกลง	Percentage	25.0%	75.0%	.0%	100.0%
	เท่ากับ	Count	1	11	4	16
	ที่ตกลง	Percentage	6.3%	68.8%	25.0%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	3	1	4
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	75.0%	25.0%	100.0%
มากกว่าที่	Count	0	0	1	1	
	ตกลงมาก	Percentage	.0%	.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	2	19	6	27	
	Percentage	7.4%	70.4%	22.2%	100.0%	

ตารางที่ ๙.10 การแจกแจงความถี่ร่วมระหว่างการได้รับความรู้ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลกับความไว้วางใจในผู้รับความรู้

			ความไว้วางใจในผู้รับความรู้			Total
			ปานกลาง	มาก	สูงมาก	
การได้รับ ความรู้ด้าน	น้อยกว่าที่	Count	0	2	0	2
	ตกลงมาก	Percentage	.0%	100.0%	.0%	100.0%
การบริหาร ทรัพยากร	น้อยกว่า	Count	2	3	0	5
	ที่ตกลง	Percentage	40.0%	60.0%	.0%	100.0%
บุคคล	เท่ากับ	Count	0	12	5	17
	ที่ตกลง	Percentage	.0%	70.6%	29.4%	100.0%
	มากกว่า	Count	0	2	1	3
Total	Percentage	.0%	66.7%	33.3%	100.0%	
	Count	2	19	6	27	
	Percentage	7.4%	70.4%	22.2%	100.0%	

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววันเพ็ญ นนทลีบุตร เกิดเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ.2524 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อปีการศึกษา 2545 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2547