ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม: การถ่ายทอดความรู้ในภาคใต้ของประเทศไทย

University and Industrial Sector Collaboration: Knowledge Transfer in Southern Thailand

ยรรยง คชรัตน์[*] และ ดร.อาคม ใจแก้ว[**]

Yanyong Kodcharat and Dr.Akom Chaikeaw

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสารโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดในการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในภาคใต้ของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ามีปัจจัยจำนวน 5 ปัจจัย คือ การบริหารโครงการ วัฒนธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสาร แรงจูงใจและเครือข่ายสังคมที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ โดยแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นดังกล่าวควรนำไปทดสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองเพื่อให้มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมนำแบบจำลองที่ผ่านการทดสอบไปใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ในความร่วมมือดำเนินงานระหว่างกันอย่างเหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: ความร่วมมือ, มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม, การถ่ายทอดความรู้

Abstract

The purpose of this research is to examine secondary data in order to initially construct a conceptual framework of structural equation modeling factors affecting university and industrial sector collaboration of knowledge transfer (UICK) in southern Thailand. The results indicated that the developed model consists of 5 factors affected UICK including project management, organizational culture, communication, motivation and social networks. Then, the developed model should be tested against empirical data for its validity and model invariance before the university and industrial sector could be apply this model in determining their collaborative strategies.

Key Word: Collaboration, University-Industrial Sector, Knowledge Transfer

[*] อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และ นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์; Email: tortoon@hotmail.com

[**] รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์; Email: akom.c@psu.ac.th

บทนำ

ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและมีความท้าทายเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมหาวิทยาลัยเป็นฝ่ายเริ่มต้นในการสร้างความรู้ใหม่และให้การศึกษา ในขณะที่ภาคเอกชนมุ่งเน้นการนำความรู้ใหม่ที่ได้รับ ไปใช้ประโยชน์ในการทำธุรกิจ (Dasgupta & David, 1994) ในขณะเดียวกันที่มหาวิทยาลัยได้กลับมาเป็นฝ่ายทำงานเชิงรุกมากขึ้นจากการทำความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมในการสร้างหรือการผลิตทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าเพื่อการถ่ายทอดเทคโนโลยี และจากการมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้นของมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมจึงมีการกำหนดดัชนีชี้วัดทางด้านการบริหารจัดการ ซึ่งนำมาสู่ลักษณะของความเป็นรูปแบบที่เป็นทางการมากขึ้น (Hall et al., 2001) ซึ่งจากสภาพการแข่งขันในปัจจุบันนี้ ทำให้องค์การต้องกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้เพื่อประโยชน์ในการแข่งขันโดยมีการพึ่งพาการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง (Nonaka, 1994) ซึ่งปัจจัยหลักขององค์การ (Key organizational factors) ที่มีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดความรู้มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์การธุรกิจ (Selznick, 1957)

การเป็นส่วนเติมเต็มให้กันจากความร่วมมือที่เกิดขึ้นเป็นกุญแจสำคัญที่มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมมีความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด โดยมีหลายเหตุผล อาทิเช่น มหาวิทยาลัยต้องการที่จะส่งนักศึกษาไปฝึกงานและได้เรียนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการปฏิบัติงาน การสร้างโอกาสในการได้รับการจ้างงานของนักศึกษาที่จบการศึกษาและการเข้าถึงสถานประกอบการที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีในการทำงาน สำหรับทางด้านภาคอุตสาหกรรมต้องการเข้าถึงผู้จบการศึกษาที่มีความสามารถในการทำงาน เข้าถึงผู้เชี่ยวชาญในการปรึกษาและสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย เช่น ห้องทดสอบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (NSB, 1996)

มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมมีความแตกต่างกันของวัฒนธรรมองค์การ โดยที่มหาวิทยาลัยจะมุ่งเน้นการผลิตความรู้ การเรียนการสอน ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมหรือภาคธุรกิจต้องการที่จะทำให้องค์การมีกำไรและสามารถแข่งขันในธุรกิจได้ นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันก็เป็นสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในการทำงานร่วมกันและก่อให้เกิดการเป็นเครือข่ายทางสังคมที่จะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

อุตสาหกรรมในภาคใต้ของประเทศไทยสร้างรายได้และมีการสร้างงานเป็นจำนวนมากคืออุสาหกรรมยางพารา อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันและอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งและบรรจุกระป๋อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554) ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาคใต้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมจะสร้างความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพระหว่างกัน การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ดังนั้นบทความนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจทำการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในภาคใต้ของประเทศไทย

วัตถุประสงค์

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารโครงการ วัฒนธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสาร แรงจูงใจ เครือข่ายสังคมและความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual model) ที่จะนำไปศึกษารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในภาคใต้ของประเทศไทยต่อไป

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัย 2 เฟส ประกอบด้วยเฟส 1 เป็นการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้กรอบแนวคิด (Conceptual model) เพื่อนำไปใช้ในเฟส 2 คือการดำเนินการวิจัยตามกรอบที่ศึกษา

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมในการถ่ายทอดความรู้ สำหรับการศึกษาครั้งนี้จะเลือกทำการศึกษารวม 5 ปัจจัยคือ การบริหารโครงการ วัฒนธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสาร แรงจูงใจและเครือข่ายสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

การบริหารโครงการ (Project management)

ปัจจัยที่ทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารโครงการซึ่งปรากฏชัดเจนในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากการให้ความหมายของการบริหารโครงการตามมาตรฐานประเทศอังกฤษ หมายถึง การวางแผน การจัดองค์การ การติดตามและการควบคุม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามระยะเวลา ต้นทุนและประสิทธิภาพที่กำหนด (BS 6079, 1996)

บาร์เน่ส์ และคณะ (Barnes et al., 2002) ได้สรุปองค์ประกอบหลักของความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมในโครงการวิจัยและพัฒนาร่วม เป็นรูปแบบการปฏิบัติที่ดี โดยมีองค์ประกอบดังนี้ 1) การประเมินคู่ความร่วมมือ 2) การบริหารโครงการอย่างมีคุณภาพ 3) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ความมุ่งมั่นและมีความต่อเนื่อง มีความสำคัญต่อความร่วมมือ 4) กระบวนการบริหารจัดการมีความยืดหยุ่นที่เพียงพอ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมที่ดีต้องการความสมดุลของการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ไวท์ และ ฟอร์จูน (White & Fortune, 2002) ได้แสดงผลการสำรวจจากประสบการณ์ของผู้จัดการโครงการ (Project manager) โดยมีปัจจัยสี่ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารโครงการ คือการมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีเงินทุนและทรัพยากรที่เพียงพอและมีตารางการทำงานที่เป็นไปได้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับฮอดชิลด์และคณะ (Hauschildt et al., 2000) ที่ระบุว่าผู้จัดการโครงการมีบทบาทที่เป็นประโยชน์ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารโครงการและต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นการบริหารโครงการจึงเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้

วัฒนธรรมองค์การ (Organizational culture)

ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมมีความท้าทายเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากในขณะที่มหาวิทยาลัยเป็นฝ่ายที่สร้างความรู้ใหม่และให้การศึกษากับผู้เรียน แต่ในขณะเดียวกันภาคอุตสาหกรรมมุ่งเน้นการนำความรู้ที่มีคุณค่ามาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Dasgupta & David, 1994) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำโครงการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยโดยภาคอุตสาหกรรมไม่เพียงแต่ต้องเรียนรู้การทำงานที่มีวัฒนธรรมต่างกันเท่านั้น แต่ทั้งสองฝ่ายยังต้องมีความสามารถในการทำงานร่วมกันภายใต้ระบบแรงจูงใจ (Incentive system) ที่แตกต่างกัน

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมในประเด็นที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างด้านมุมมอง (Perspectives) การจัดลำดับความสำคัญ (Priorities) และค่านิยม (Values) ของ

คู่ความร่วมมือ (Champness, 2000) ซึ่งสอดคล้องกับบาร์เน่ส์และคณะ (Barnes et al., 2002) ที่พบว่ามหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมมีความแตกต่างของมุมมองและการจัดลำดับความสำคัญ โดยในขณะที่มหาวิทยาลัยมีวัตถุประสงค์สำคัญที่เน้นทางด้านวิชาการ เช่น งานวิจัยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการ แต่ในขณะเดียวกันภาคอุตสาหกรรมต้องการนำผลของการวิจัยที่เกิดขึ้นมาทำให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่

พลีวา (Plewa, 2009) ได้ศึกษาเรื่องการสำรวจความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์การ (The exploring organizational culture difference) ในบริบทของความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม พบว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์การอยู่สามประการ ประการที่หนึ่งคือความแตกต่างทั้งทางด้านการมุ่งเน้นด้านเวลาและความยืดหยุ่นของการทำงาน ส่งผลกระทบต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน ประการที่สอง ความแตกต่างของการมุ่งเน้นด้านการตลาดส่งผลต่อความตั้งใจในการดำเนินการขององค์กรอย่างต่อเนื่องและประการที่สาม ความไว้วางใจ(Trust) และความมุ่งมั่น (Commitment) ส่งผลต่อความสำเร็จของการร่วมมือระหว่างกัน

การติดต่อสื่อสาร (Communication)

การจัดการความสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากการติดต่อสื่อสารที่ดี โดยระดับของคุณภาพการติดต่อสื่อสารที่สูงขึ้นและการแบ่งปันข้อมูล (Information sharing) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของความร่วมมือ ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารเป็นหนึ่งในคุณลักษณะของพฤติกรรม (Behavioral characteristics) ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การ เนื่องจากการทำงานขององค์การทั้งภายในและระหว่างองค์การล้วนต้องอาศัยกระบวนการการติดต่อสื่อสาร (Communication process) (Mohr & Spekman, 1994) นอกจากนี้การปรับปรุงการติดต่อสื่อสาร (Communication improvement) ที่ประกอบด้วยการปรับปรุงด้านความถี่ (Frequency) ความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) และความเต็มใจ (Willingness) ในการแบ่งปันข้อมูล เป็นคุณลักษณะที่สำคัญรองลงมาที่จะทำให้ความร่วมมือประสบความสำเร็จ (Tuten & Urban, 2001)

เคลลี่ และคณะ (Kelly et al., 2002) ศึกษาปัจจัยหลักสี่ประการที่สร้างปัญหาในปีแรกของความร่วมมือและพบว่าปัญหาการติดต่อสื่อสารคิดเป็นร้อยละ 25 ของปัญหาทั้งหมดที่เกิดขึ้น ซึ่งประกอบด้วย การสร้างการติดต่อสื่อสาร (Establishing communication) การคงไว้ซึ่งการติดต่อสื่อสาร (Maintaining communication) ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนระหว่างคู่ความร่วมมือ (Misunderstandings between the partners) ระยะทาง (Physical distance) ความขัดแย้งทางด้านบุคลิกภาพของบุคคล (Personality conflicts between people) ความแตกต่างด้านภาษา (Language differences) และความแตกต่างของโครงสร้างองค์การ (Structural differences)

แรงจูงใจ (Motivation)

การที่มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมต้องทำงานร่วมกันมีหลายเหตุผลด้วยกัน (Santoro, 2000) โดยเหตุผลของมหาวิทยาลัย อาทิเช่น การได้รับเงินทุนในการสนับสนุนด้านการวิจัย ความต้องการทดสอบความรู้และทฤษฎีกับปัญหางานที่เกิดขึ้นจริงในการทำงาน ความต้องการหาโอกาสในเชิงธุรกิจ การได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากปัญหาในงานที่เกิดขึ้นจริงในโลกของการทำงานเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอน เป็นต้น สำหรับเหตุผลของภาคอุตสาหกรรมที่ปรากฏในวรรณกรรมในการวิจัยที่ผ่านมาคือ ความต้องการแก้ไขปัญหาเชิงเทคนิคที่เกิดขึ้นในงาน การพัฒนากระบวนการและผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงงานวิจัยใหม่และความต้องการมีความสัมพันธ์ในการเป็นเครือข่ายกับมหาวิทยาลัย เป็นต้น (Lee, 2000)

ลี (Lee, 2000) ได้ศึกษาความร่วมมือที่ยั่งยืนด้านการวิจัยของมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมจากการประเมินผลเชิงประจักษ์ ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรของมหาวิทยาลัยที่มีความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมมีวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลในเรื่องของเวลา (Commit time) การทุ่มเทพลังงาน (Energy) และทรัพยากรทางปัญญา (Intellectual resources) ในทำนองเดียวกันภาคอุตสาหกรรมก็มีเหตุผลของตนเองในการทำงานร่วมกัน

ไล และ ไซ (Lai & Tsai, 2009) แสดงให้เห็นว่ากฎระเบียบ (Regulation) องค์การ (Organization) การศึกษา (Education) และแรงจูงใจ (Incentives) เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ไล (Lai, 2011) แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจและความสามารถของผู้ถ่ายทอดความรู้มีอิทธิพลทางบวก (Positively influence) ต่อความเต็มใจในการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความรู้

เครือข่ายสังคม (Social networks)

การเป็นเครือข่ายมีบทบาทที่สำคัญ เนื่องจากจะเป็นหนทางที่นำไปสู่การเข้าถึงทรัพยากรและข้อมูลที่จำเป็นในการพัฒนาองค์การ (Johannisson, 2000) โดยเครือข่ายสังคมเป็นความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของบุคคลหรือกลุ่มขององค์การที่มีความสนใจเหมือนกันและการเป็นเครือข่ายนี้สามารถใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ระหว่างกันได้ (Gregory, 2007) ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญและทำให้องค์การทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นจากการใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ระหว่างกัน

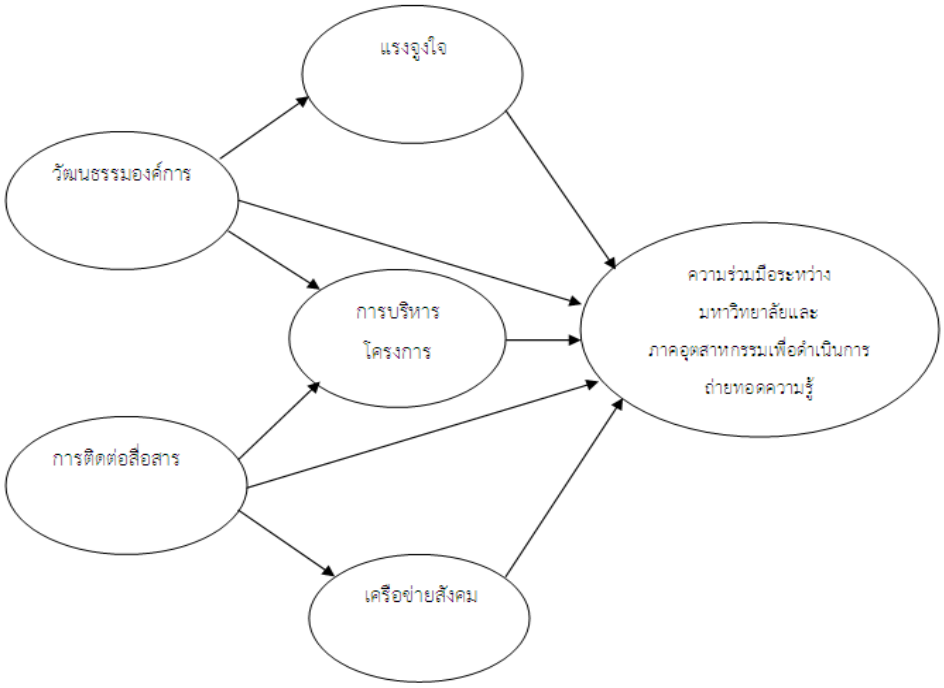
อาร์ดิชวิล และ คาร์โดโซ (Ardichvill & Cardozo, 1999) พบว่าผลการวิเคราะห์กรณีศึกษาเจ็ดในแปดกรณีศึกษาการเข้าถึงเครือข่ายสังคมเป็นปัจจัยแรกที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับเลียและคณะ (Lea et al., 2006) ที่พบว่าการเป็นเครือข่ายสังคมนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ จากการแบ่งปันทักษะและเงินทุนระหว่างกัน นอกจากนี้เครือข่ายสังคมทำให้สมาชิกในองค์การมีโอกาสค้นพบความช่วยเหลือสนับสนุนจากสังคมและสามารถสร้างนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจจากการทำงานร่วมกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างกันขององค์การทำให้สามารถขยายความรู้มากขึ้น ซึ่งความรู้นี้จะประกอบไปด้วย ข่าวสารและข้อมูลที่เชื่อมโยงกับสถานะทางการเงิน (Financial condition of organizations) คู่แข่ง (Competitors) แนวโน้มของอุตสาหกรรม (Industry tendencies) และการเจริญเติบโตทางเทคโนโลยี (Technological growth) (Darroch, 2003) และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมสามารถสร้างความรู้ในเชิงลึกมากกว่าการศึกษาด้วยตัวขององค์การเอง (Somchai Numprasertchai & Igel, 2005)

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาแบบจำลองแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ โดยผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ คือ การบริหารโครงการ วัฒนธรรมองค์การ การติดต่อสื่อสาร แรงจูงใจและเครือข่ายสังคม นอกจากนี้ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การยังมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและการบริหารโครงการ สำหรับปัจจัยการติดต่อสื่อสารมีอิทธิพลต่อการบริหารโครงการและเครือข่ายสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าว สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย โดยสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกรอบแนวคิด (Conceptual framework) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้

แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นดังกล่าว ประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายนอก 2 ตัว คือ วัฒนธรรมองค์การและการติดต่อสื่อสาร และตัวแปรแฝงภายในสี่ตัว คือ การบริหารโครงการ แรงจูงใจ เครือข่ายสังคมและความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้

ข้อเสนอแนะ

แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นดังกล่าว ควรนำไปทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เทคนิคของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ค่าอิทธิพล (Path coefficient) เพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมเพื่อดำเนินการถ่ายทอดความรู้ รวมถึงการทดสอบกลุ่มพหุ (Multiple group analysis) เพื่อทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง ตามลำดับ เพื่อให้มหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมสามารถนำผลที่ได้รับไปใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ความร่วมมือระหว่างกันอย่างเหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2554. **ตารางผลผลิตอุตสาหกรรมสำคัญในภาคใต้.** สืบค้นวันที่ 12 กันยายน 2554 จาก http://www2.bot.or.th/statistics/Download/RG_SR_035_TH.PDF.

Ardichvili, A. & R. Cardozo. 1999. **Entrepreneurial Opportunity Recognition: The Role of Creativity, Alertness, Prior Knowledge, Networks and Formal Search Research at the Marketing/ Entrepreneurship Interface.** Illinois: Institute for Entrepreneurial Studies.

Barnes, T., I. Pashby & A. Gibbons. 2002. "Effective University-Industry Interaction: A Multi-Case Evaluation of Collaborative R&D Projects." **European Management Journal** 20: 272-285.

British Standard in Project Management. 1996. **A Guild to Project Management, BS: 6079**. London: British Standards Institution.

Champness, M. 2000. "Helping Industry and Universities Collaborate." **Research Technology Management** 43 (4): 8-10.

Darroach, J. 2003. "Developing a Measure of Knowledge Management Behavior and Practices." **Journal of Knowledge Management** 7 (5): 41-54.

Dasgupta, P. & P. David. 1994. "Towards a New Economics of Science." **Research Policy** 23: 487–522.

Gregory, G. M. 2007. "Studying the Intricacies of Social Network Analysis." **Information Today** 24 (9): 48.

Hall, B. H., A. N. Link. & J. T. Scott. 2001. "Barriers Inhibiting Industry from Partnering with Universities: Evidence from the Advanced Technology Program." **Journal of Technology Transfer** 26: 87-98.

Hauschildt, J., G. Keim & J. W. Medcof, 2000. "Realistic Criteria for Project Manager Selection and Development." **Project Management Journal** 31 (3): 23–32.

Johannisson, B. 2000. Networking and Entrepreneurial Growth. In D. L. Sexton and H. Landstrom. (Eds.) **The Blackwell Handbook of Entrepreneurship.** Oxford: Blackwell, pp. 368-386.

Kelly, M. J., J. L. Schaan & H. Joncas. 2002. "Managing Alliance Relationships: Key Challenges in the Early Stages of Collaboration." **R&D Management** 32 (1): 11-22.

Lai, W. H. & C. T. Tsai. 2009. "Fuzzy Rule-Based Analysis of Firm's Technology Transfer in Taiwan's Machinery Industry." **Expert Systems with Applications** 36 (10): 12012-12022.

Lai, W. H. 2011. "Willingness-to-Engage in Technology Transfer in Industry-University Collaborations." **Journal of Business Research** 64: 1218-1223.

Lea, B., W. Yu, N. Maguluru & M. Nicholas. 2006. "Enhancing Business Networks Using Social Network Based Virtual Communities." **Industrial Management & Data Systems** 106 (1): 121-138.

Lee, Y. S. 2000. "The Sustainability of University-Industry Research Collaboration: An Empirical Assessment." **Journal of Technology Transfer** 25: 111-133.

Mohr, J. & R. Spekman. 1994. "Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques." **Strategic Management Journal** 15 (2): 135-152.

National Science Board, 1996. **Science and Engineering Indicators.** Washington: US Government Printing Office.

Nonaka, I. 1994. "A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation." **Organization Science** 5: 15-37.

Plewa, C. 2009. "Exploring Organizational Culture Difference in Relationship Dyads." **Australasian Marketing Journal** 17: 46-57.

Santoro, M. D. 2000. "Success Breeds Success: The Linkage between Relationship Intensity and Tangible Outcomes in Industry-University Collaborative Ventures." **The journal of High Technology Management** 11 (2): 255-273.

Selznick, P. 1957. **Leadership in Administration.** New York: McGraw-Hill.

Somchai Numprasertchai & B. Igel. 2005. "Managing Knowledge Through Collaboration: Multiple Case Studies of Managing Research in University Laboratories in Thailand." **Technovation** 25: 1173-1182.

Tuten, T. L. & D. J. Urban. 2001. "An Expanded Model of Business-to-Business Partnership Formation and Success." **Industrial Marketing Management** 30: 149-164.

White, D. & J. Fortune. 2002. "Current Practice in Project Management - An Empirical Study." **International Journal of Project Management** 20: 1-11.