

ความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยี: ความสามารถเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการรถยนต์ในประเทศไทย Technological and Knowledge Absorptive Capability: Strategic Capability for Thai Automotive Firms

คณิตา เนตราคม¹ และ อรพรรณ คงมาลัย¹

¹ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พระนคร กรุงเทพฯ 10200 โทร. 02-6235055 โทรสาร 02-6235060

E-mail: knetrako2009@hotmail.com, orapan@citu.tu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ กรณีศึกษาบริษัทประกอบรถยนต์แห่งหนึ่งในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือวิศวกร (Engineer) และนักวิเคราะห์ (Analyst) ในแผนกต่างๆ จำนวน 272 คน แบบสอบถามได้ถูกส่งให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 183 ชุด แบบสอบถามที่ได้รับกลับมาและมีความสมบูรณ์สำหรับการประมวลผลมีจำนวน 162 ชุด (ร้อยละ 88.5) การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ามี 4 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ ได้แก่ (1) วัฒนธรรมองค์กร (2) กลยุทธ์องค์กร (3) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกองค์กรและบุคลากรภายในองค์กร และ (4) ระดับของการเรียนรู้ นอกจากนี้ พบว่าความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรอีกด้วย

คำสำคัญ: ความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยี, ความสามารถเชิงกลยุทธ์, อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

Abstract

This research aims to examine the factors influencing on technological and knowledge absorptive capacity. The scope of study focuses on a leading automotive firm in Thailand. The samples of this study are the engineers and the analysts in all relevant divisions. Data collection consists of in-depth interviews, pilot study, and survey. The questionnaires are distributed to 183 persons. One hundred and sixty two persons complete and return the questionnaire (response rate 88.5%). Data analyses include descriptive statistics and multiple regression analysis by using SPSS program. The research results indicate that four factors influence on absorptive capacity in automotive firm i.e. (1) Organizational Culture (2) Organizational Strategy (3) Relationship and (4) Level of learning. Additionally, absorptive capacity contributed to the efficiency of firm performance.

Keywords: Technological and knowledge absorptive capability, Strategic capability, Thai Automotive industry

1. บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ ของประเทศไทย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมยานยนต์ยังมีส่วนสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมหนักที่เกี่ยวข้องกัน อาทิ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมเหล็ก เป็นต้น [5]

ในมิติของการแข่งขันในตลาดโลก อุตสาหกรรมยานยนต์มีการแข่งขันสูงมาก การดำเนินธุรกิจได้รับแรงกดดันทั้งในเรื่องของการลดต้นทุนและการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค (Cost Reduction and Local Responsiveness Pressures) ดังนั้น กลยุทธ์ธุรกิจข้ามชาติ (Transnational Strategy) จึงได้ถูกนำมาปรับใช้ในอุตสาหกรรมนี้อย่างกว้างขวาง

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ประกอบการผลิตรถยนต์จึงได้เร่งพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เพื่อให้มีเทคโนโลยีและโมเดลผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการสร้างนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เพื่อเพิ่มผลิตภาพ ลดระยะเวลา หรือลดต้นทุนในกระบวนการผลิต ทำให้ได้เปรียบในการกำหนดราคาเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อย่างไรก็ตาม การสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยระยะเวลาและเงินลงทุนจำนวนมาก ซึ่งกว่าจะพัฒนาจากแนวคิดริเริ่มเชิงกลยุทธ์ (Strategic Initiatives) ไปสู่การค้นคว้าวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ จนได้เทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Properties) ที่เหมาะสมจะผลิตนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) ได้นั้น ต้องมีการลงทุนที่สูงมาก และหากเข้าสู่ตลาดช้าก็จะทำให้เสียโอกาสในการครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดไปอย่างน่าเสียดาย กล่าวได้ว่า การสั่งสมและใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่มีอยู่เฉพาะแค่ภายในองค์กร ไม่ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันเวลา [10, 11]

พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliances) จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์เลือกใช้ ผู้ผลิตรายใหญ่ต่างเสาะหาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำความเชี่ยวชาญเฉพาะของแต่ละองค์กรมาแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดนวัตกรรมกระบวนการ หรือเกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันในที่สุด [7]

แนวโน้มการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่เห็นได้ชัด คือการที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและมีเงินทุนจำนวนมาก ได้พยายามที่จะสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีความได้เปรียบในด้านทักษะและต้นทุนของบุคลากร ความสมบูรณ์ของทรัพยากรการผลิต รวมไปถึงความรู้ความเข้าใจในตลาดภูมิภาค

ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่นก็เช่นเดียวกันที่ได้มีการขยายการลงทุนและเพิ่มฐานกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศแถบภูมิภาคเอเชีย โดยอาศัยกลยุทธ์ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) [5] อย่างไรก็ตาม การดำเนินกลยุทธ์ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความสามารถเชิงกลยุทธ์ (Strategic Capability) ของพันธมิตรที่จะส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวประสบความสำเร็จ หนึ่งในความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญก็คือความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทแม่มาสู่บริษัทลูก โดยองค์กรที่มีความสามารถในเรื่องดังกล่าวก็จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน จนนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรให้แก่องค์กรได้ในที่สุด [10, 11, 13]

ในอนาคตอันใกล้นี้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเปลี่ยนผ่านบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศในอาเซียน แนวโน้มของการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินลงทุนจะเห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น ประกอบกับมหาอุทกภัยที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นความท้าทายภาครัฐและภาคเอกชนว่าจะสามารถใช้โอกาสจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มากน้อยเพียงใด หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะกลายเป็นอุปสรรคที่ปิดกั้นความได้เปรียบทางการแข่งขันของแรงงานและภาคเอกชนไทย

ในฐานะที่ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่า “ดีทรอยต์แห่งเอเชียตะวันออก” โดยเป็นฐานการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศผู้นำในอุตสาหกรรมยานยนต์ ไม่ว่าจะประเทศญี่ปุ่น อเมริกา หรือยุโรป คำถามที่สำคัญคือ ประเทศไทยจะสามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันนี้ไว้ได้ยาวนานเพียงใด การค้นให้พบถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ของผู้ประกอบการไทยนับเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคแรงงานสามารถนำไปปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับภาคแรงงานและภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ (ในบริบทกรณีศึกษาบริษัทประกอบรถยนต์ไทยแห่งหนึ่ง) และ (2) ให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีแก่บุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย

3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 ความสามารถในการดูดซึม (Absorptive Capacity)

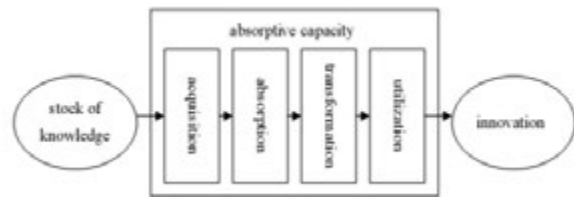
ความสามารถในการดูดซึม คือการที่บุคลากรในองค์กรมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของข้อมูล ความรู้ และสิ่งใหม่จากภายนอก และนำข้อมูลความรู้ที่ได้รับมาผ่านกระบวนการประเมิน ซึมซับ จนนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้ ซึ่งความสามารถดังกล่าวของบุคลากรในองค์กรนั้น จะเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการดูดซึมขององค์กรด้วยเช่นกัน

กล่าวได้ว่า องค์กรใดมีบุคลากรที่มีความสามารถในการดูดซึมจะส่งผลให้องค์กรนั้นมีแนวโน้มที่จะพัฒนาความสามารถในการดูด

ซึมขององค์กรได้เช่นเดียวกัน และผลประโยชน์ที่ตามมาก็คือองค์กรสามารถสั่งสมความรู้และเทคโนโลยีจนเกิดความเข้าใจ จนสามารถที่จะเกิดการเรียนรู้และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ นำไปสู่การริเริ่มสร้างสรรค์เชิงกลยุทธ์ สามารถที่จะปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมกระบวนการผลิตและให้บริการ หรือเกิดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมจนนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในที่สุด [12]

3.2 ความสามารถในการดูดซึมความรู้ (Knowledge Absorptive Capacity)

ความสามารถในการดูดซึมความรู้ คือความสามารถขององค์กรและกระบวนการขั้นตอนที่องค์กรยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ ซึ่งประกอบไปด้วยความเข้าใจในการยอมรับความรู้ที่ได้รับมาจากภายนอกองค์กร (Acquisition) จนนำไปสู่กระบวนการซึมซับ (Absorption) โอนถ่าย (Transformation) และนำความรู้ดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (Utilization) เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาและปรับปรุงความสามารถกระบวนการภายในองค์กร จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและเกิดเป็นนวัตกรรม ที่ทำให้องค์กรมีความสามารถเฉพาะที่เหนือคู่แข่ง เกิดเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน จนนำไปสู่ความสำเร็จในเป้าหมายทางธุรกิจขององค์กร [13]



ภาพที่ 1 กระบวนการของความสามารถในการดูดซึมความรู้ (Zhixiong & Yuanjian, 2009)

3.3 ความสามารถทางเทคโนโลยี (Technological Capability)

ความสามารถทางเทคโนโลยี คือความสามารถของขั้นตอนและกระบวนการทำงานที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กรผ่านทางกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ด้วยวิธีการพัฒนาความสามารถขององค์กรให้กลายเป็นองค์กรที่มีความสามารถ และยากที่จะลอกเลียนแบบได้ ความสามารถทางเทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ คือ (1) ความสามารถทางเทคโนโลยีด้านกลยุทธ์ หมายถึงความสามารถหลักทางเทคโนโลยีขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยความสามารถด้านการสร้างสรรค์ (Creation) ด้านการออกแบบ (Design) ด้านวิศวกรรม (Engineering) และด้านการก่อสร้าง (Construction) (2) ความสามารถทางเทคโนโลยีด้านยุทธวิธี หมายถึงความสามารถในกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมหมายถึงความสามารถด้านการผลิต (Production) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการขาย (Selling) และด้านการบริการ (Service) และ (3) ความสามารถทางเทคโนโลยีด้านการสนับสนุน หมายถึง ความสามารถด้านอื่นๆ ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมและสนับสนุนทำให้ความสามารถทางเทคโนโลยีด้านกลยุทธ์ และความสามารถทางเทคโนโลยีด้านยุทธวิธี มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประกอบไปด้วยความสามารถด้านการได้รับ (Acquiring) และ

การสนับสนุน (Support) เช่น การฝึกอบรม (Training) การวางแผนงาน (Planning) เป็นต้น [9]

3.4 การแสวงหาความรู้ขององค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศ (International Joint Ventures; IJVs Knowledge Acquisition)

ความรู้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ที่จับต้องได้ และ (2) ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญ และความคิดที่หยั่งรากลึกอยู่ในตัวบุคคล [2, 8]

การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) คือ ขั้นตอนและกระบวนการที่นำไปสู่การได้มาซึ่งความรู้ โดยสามารถเกิดขึ้นได้จากการมีปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมระหว่างกันในเรื่องของงาน เทคโนโลยี ทรัพยากร และบุคลากร ในสถานะของบริษัทที่มีความเหมาะสม โดยที่ตัวบุคคลจะเป็นผู้ได้รับความรู้ ในขณะที่องค์กรจะมีส่วนในการสร้างบริษัทที่ช่วยสนับสนุนให้ตัวบุคคลในองค์กรได้รับความรู้ [4]

ดังนั้น การแสวงหาความรู้ขององค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศ (International Joint Ventures; IJVs Knowledge Acquisition) จึงหมายถึงความรู้ใหม่ๆ ที่องค์กรได้รับมาจากบริษัทแม่ ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติ โดยที่อาจจะได้รับทั้งความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) หรือเป็นการผสมผสานความรู้ทั้งสองอย่างเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน คือองค์ประกอบเรื่องของบุคคล และองค์ประกอบเรื่องขององค์กร ที่มีส่วนช่วยสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรได้รับความรู้ [6]

4. วิธีดำเนินงาน

4.1 การเลือกองค์กรนักศึกษา

องค์กรนักศึกษาเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัทประกอบรถยนต์ยักษ์ใหญ่จากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น องค์กรทั้งสองแห่งนี้ได้ลงทุนจัดตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตรถกระบะ 1 ตัน สำหรับสนับสนุนตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศมากกว่า 130 ประเทศทั่วโลก นับเป็นโรงงานผลิตรถกระบะที่ทันสมัย และมีกระบวนการผลิตที่ครบวงจร นับตั้งแต่การขึ้นรูป (Stamping) การประกอบตัวถัง (Body) การพ่นสี (Paint) การประกอบเครื่องยนต์ (Engine) และการประกอบรายละเอียดในกระบวนการสุดท้าย (Trim and Final) นอกจากนี้ยังผลิตและจัดส่งชุดชิ้นส่วน หรือ CKD (Complete Knocked Down) สำหรับรถกระบะ 1 ตัน เพื่อสนับสนุนโรงงานในต่างประเทศอีกหลายประเทศทั่วโลก โรงงานประกอบรถยนต์ในประเทศไทยแห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 โดยมีทุนจดทะเบียนครั้งแรก 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 ได้เพิ่ม

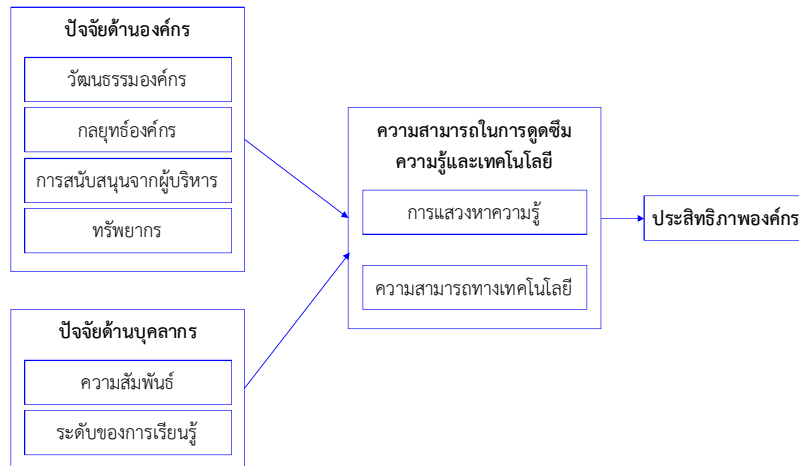
เงินลงทุนอีกกว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อขยายฐานการผลิตของรถยนต์นั่งขนาดเล็ก มีการใช้เทคโนโลยีอันทันสมัย ทำให้สามารถผลิตรถยนต์ได้หลายรุ่นในสายการผลิตเดียวกัน ปัจจุบันปี พ.ศ. 2554 บริษัทแม่ทั้งสองแห่งนี้ได้ร่วมลงทุนเพิ่มเติมอีกราว 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสนับสนุนการผลิตรถกระบะคอมแพ็ครุ่นใหม่ ที่ได้เริ่มดำเนินการผลิตมาตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2554 ทำให้ปัจจุบันโรงงานแห่งนี้มีมูลค่าการลงทุนสูงถึงกว่า 1.85 พันล้านเหรียญสหรัฐ มีกำลังการผลิตทั้งรถกระบะ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์นั่งเอนกประสงค์รวมกันทั้งสิ้นราว 320,000 คันต่อปี [1] กล่าวได้ว่าบริษัทประกอบรถยนต์แห่งนี้เป็นโรงงานผลิตรถยนต์ที่ครบวงจรและทันสมัยแห่งแรกของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์มาตรฐานโลกในระดับภูมิภาค และเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ที่มีขนาดใหญ่และทันสมัยที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และภูมิภาคอาเซียน

ผลิตภัณฑ์หลักขององค์กรคือ รถกระบะ รถยนต์นั่งขนาดเล็ก และรถยนต์นั่งเอนกประสงค์ หรือ SUV (Sport Utility Vehicles) ซึ่งในกระบวนการผลิตนั้นจำเป็นต้องดำเนินการอยู่ภายใต้เทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิตของบริษัทแม่ ซึ่งที่ผ่านมานับได้ว่าภาคการผลิตตามโครงการความร่วมมือนี้ค่อนข้างประสบความสำเร็จ บุคลากรไทยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ทั้งในส่วนของวิศวกรและนักวิเคราะห์ ได้ร่วมงานกับบุคลากรจากบริษัทแม่ได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น การศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีขององค์กรนักศึกษา จะช่วยให้เข้าใจถึงแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practices) ในการสร้างปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการเสริมสร้างความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์

4.2 การกำหนดปัจจัย

การทบทวนทฤษฎี งานวิจัย และบทความที่เกี่ยวข้องเป็นกระบวนการหลักเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยและตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ ในเบื้องต้นได้ปัจจัยและตัวแปรต่างๆ ออกมาทั้งสิ้น 13 ปัจจัย จากนั้นได้ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในองค์กรนักศึกษาที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติจากบริษัทแม่ ในสายงานที่เกี่ยวข้องมากกว่า 15 ปี เพื่อคัดเลือกปัจจัยและตัวแปรต่างๆ ที่มีความสอดคล้องกับบริบทขององค์กรมากที่สุด ทำให้ได้ปัจจัยและตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร, กลยุทธ์องค์กร, การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง, ทรัพยากร, ความสัมพันธ์ และระดับของการเรียนรู้ ซึ่งสามารถสรุปโมเดลการวิจัย (Research Model) ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการวิจัย (Research Model)

ปัจจัยต่างๆ ในโมเดลการวิจัย (Research Model) มีค่านิยามปฏิบัติการ (Operational Definition) ดังต่อไปนี้

วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) หมายถึง สภาพแวดล้อมหลักภายในองค์กร หรือทุกสิ่งทุกอย่างที่บุคคลในองค์กรหนึ่งปฏิบัติเหมือนกัน จนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กรนั้น วัฒนธรรมองค์กรเกิดขึ้นมาจากความเชื่อมโยงและผสมผสานกันระหว่างเจตคติของบุคคล ค่านิยม ความเชื่อ บรรทัดฐาน และการกระทำของบุคคล ของกลุ่ม ขององค์กร รวมถึงเรื่องของนโยบายองค์กร ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะหล่อหลอมจนกลายเป็นที่ยอมรับของบุคคลภายในองค์กร และสามารถส่งผลกระทบต่อสภาพทางการเงิน รวมไปถึงแรงกระตุ้นในการสร้างและแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร

กลยุทธ์องค์กร (Organizational Strategy) หมายถึง แนวทางริเริ่มเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร แนวทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ (Vision) และตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (Strategic Position) ที่ได้เปรียบคู่แข่งในอุตสาหกรรม โดยที่กลยุทธ์ขององค์กรนั้นอาจมุ่งเน้นที่สินค้าและบริการ หรือหมายรวมถึงถึงการบริหารจัดการองค์กร และการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรให้รองรับทิศทางการกลยุทธ์ขององค์กร

การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Top Management Support) หมายถึง การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงในองค์กรในเรื่องเกี่ยวกับด้านทรัพยากร และงบประมาณ รวมถึงการกำหนดนโยบายที่มีความเหมาะสม ซึ่งมีส่วนสำคัญที่จะทำให้กิจกรรมการจัดการต่างๆ ภายในองค์กรประสบผลสำเร็จ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์กร และการโอนถ่ายความรู้และเทคโนโลยีจากพันธมิตรเชิงกลยุทธ์

ทรัพยากร (Resource) อาจจะอยู่ในรูปของคน วัสดุ เงิน หรือสิ่งอื่นๆ ซึ่งในที่นี้จะเป็นการให้นิยามความหมายภายใต้บริบทขององค์กร ดังนั้น ทรัพยากรภายในองค์กร จึงประกอบไปด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ เช่น ที่ดิน เครื่องอำนวยความสะดวก เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรสนเทศ เช่น ข้อมูล ความรู้ หรือความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์กร และการโอนถ่ายความรู้และเทคโนโลยีจากพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ประสบความสำเร็จ

ความสัมพันธ์ (Relationship) หมายถึง การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างคนที่อยู่ร่วมกัน และมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน หรือมี

พฤติกรรมที่แสดงออกต่อกันในทางสังคม ในที่นี้จะเป็นการให้นิยามความหมายของความสัมพันธ์ที่อยู่ภายใต้บริบทขององค์กร โดยเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติจากบริษัทแม่ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติกับบุคลากรขององค์กรในบริษัทลูก ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีผลต่อการส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์จนนำไปสู่การได้รับความรู้ขององค์กร

ระดับของการเรียนรู้ (Level of Learning) หมายถึง ระดับความสามารถในการเรียนรู้ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล รวมไปถึงทักษะ (Individual Skill) ความรู้ความสามารถ (Individual Ability) หรือประสบการณ์ที่อยู่ในตัวบุคคล (Individual Experience) ซึ่งรวมทั้งทักษะที่เป็นความรู้เฉพาะด้าน (Technical Skill) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการได้รับความรู้ และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการค้นหา การใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ได้รับ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยี (Technological and Knowledge Absorptive Capacity) ประกอบไปด้วย 2 องค์ประกอบ การแสวงหาความรู้ และ ความสามารถทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ การแสวงหาความรู้ หมายถึง ขั้นตอนและกระบวนการที่นำไปสู่การได้มาซึ่งความรู้ โดยสามารถเกิดขึ้นได้จากการมีปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมระหว่างกันในเรื่องของงาน เทคโนโลยี ทรัพยากร และบุคลากร ในสถานะของบริษัทที่มีความเหมาะสม โดยที่ตัวบุคคลจะเป็นผู้ได้รับความรู้ ในขณะที่องค์กรจะมีส่วนในการสร้างบริษัทที่ช่วยสนับสนุนให้ตัวบุคคลในองค์กรได้รับความรู้ ในขณะที่ **ความสามารถทางเทคโนโลยี** หมายถึง ความสามารถในการเรื่องขอขั้นตอนและกระบวนการทำงานที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กร ผ่านทางกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ด้วยวิธีการพัฒนาความสามารถขององค์กร ให้กลายเป็นองค์กรที่มีความสามารถและยากที่จะลอกเลียนแบบได้

ประสิทธิภาพองค์กร หมายถึง ผลสำเร็จของการทำงาน หรือการดำเนินงานขององค์กร ที่สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรที่วางแผนเอาไว้ล่วงหน้า โดยผลลัพธ์ที่ได้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อองค์กร สามารถสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรได้

4.3 การพัฒนาแบบสอบถาม

จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์กรกรณีศึกษา ทำให้ได้มาซึ่งปัจจัยดังต่อไปนี้ (1) วัฒนธรรมองค์กร (2) กลยุทธ์องค์กร (3) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (4) ทรัพยากร (5) ความสัมพันธ์ และ (6) ระดับของการเรียนรู้ (ดังแสดงรายละเอียดใน 4.2) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำคำนิยามปฏิบัติการ (Operational Definition) ของแต่ละปัจจัยมากำหนดเป็นข้อความ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุระดับการเกิดขึ้นจริงของแต่ละคำถาม โดยใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต 5 ตัวเลือกในการวัดระดับ ดังนี้

ระดับมากที่สุด	5 คะแนน
ระดับมาก	4 คะแนน
ระดับปานกลาง	3 คะแนน
ระดับน้อย	2 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	1 คะแนน

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในองค์กรกรณีศึกษาจำนวน 5 คน ประกอบไปด้วยผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมยานยนต์ในระดับภูมิภาค ผู้บริหารด้านวิศวกรรมและการผลิต และผู้บริหารด้านทรัพยากรบุคคล นอกจากนี้ แบบสอบถามยังได้ผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากร จำนวนทั้งสิ้น 30 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.93 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับคือ 0.70 ขึ้นไป

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานของบริษัทประกอบรถยนต์แห่งหนึ่งที่มาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งเป็นพนักงานในระดับวิศวกร และพนักงานระดับนักวิเคราะห์ จำนวนทั้งสิ้น 183 คน และได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมาทั้งสิ้น 162 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบรับร้อยละ 88.5

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากนั้น นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางด้านสถิติ SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานแบบการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

5. ผลการศึกษา/การทดลอง

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.9 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.9 และส่วนใหญ่อยู่ในหน่วยงานแผนกวางแผนและควบคุมการผลิต

และการจัดการด้านโลจิสติกส์ คิดเป็นร้อยละ 30.2 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานกับบริษัทมาเป็นเวลา 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.4 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติเป็นระยะเวลา 6-10 ปี (ร้อยละ 38.3)

5.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ในโมเดลการวิจัย พบว่าปัจจัยต่างๆ มีความสัมพันธ์กันดังนี้

ความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยี ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1), กลยุทธ์องค์กร (X2) และระดับของการเรียนรู้ (X6) โดยที่ปัจจัยด้านระดับของการเรียนรู้ (X6) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยีมากที่สุด คือมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.359 รองลงมาคือปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.202 และปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร (X2) มีอิทธิพลน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.151 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงเส้นได้ดังนี้

$$\hat{Y}1a = 1.015 + 0.202X1 + 0.151X2 + 0.359X6$$

ทั้งนี้ เมื่อทำการวิเคราะห์ในรายละเอียดเชิงลึกของความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยี โดยเน้นไปที่ **ความสามารถในการแสวงหาความรู้** พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแสวงหาความรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1) และระดับของการเรียนรู้ (X6) โดยที่ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแสวงหาความรู้มากที่สุด คือมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.270 ส่วนปัจจัยด้านระดับของการเรียนรู้ (X6) มีอิทธิพลรองลงมา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.258 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงเส้นได้ดังนี้

$$\hat{Y}1b = 1.749 + 0.270X1 + 0.258X6$$

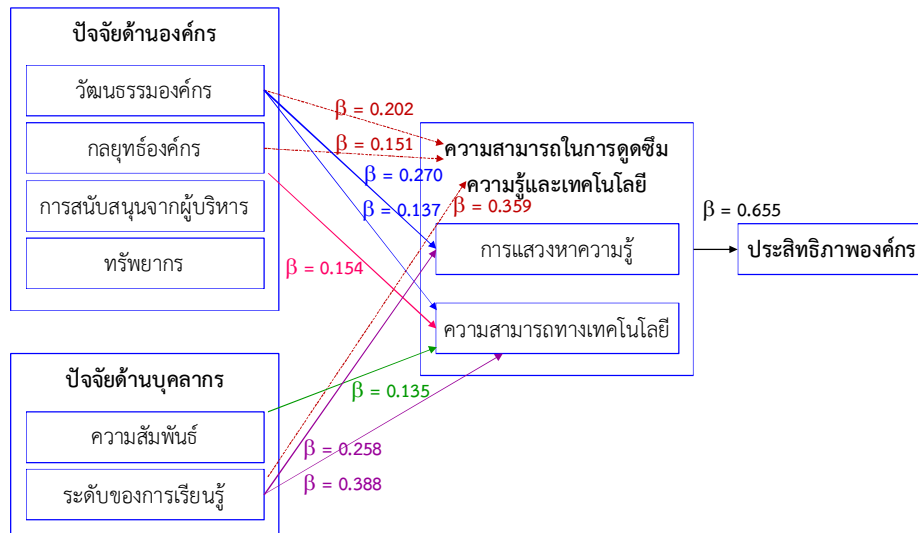
เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของ **ความสามารถทางเทคโนโลยี** พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางเทคโนโลยี คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1), กลยุทธ์องค์กร (X2), ความสัมพันธ์ (X5) และระดับของการเรียนรู้ (X6) โดยที่ปัจจัยด้านระดับของการเรียนรู้ (X6) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางเทคโนโลยีมากที่สุด คือมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.388 รองลงมาคือปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร (X2) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.154 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (X1) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.137 และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ (X5) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.135 ตามลำดับ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงเส้นได้ดังนี้

$$\hat{Y}1c = 0.649 + 0.137X1 + 0.154X2 + 0.135X5 + 0.388X6$$

นอกจากนี้ เมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยีกับประสิทธิภาพขององค์กร พบว่า **ความสามารถในการดูดซับความรู้และเทคโนโลยี** (X1) ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.655 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการความสัมพันธ์ในรูปแบบเชิงเส้นได้ดังนี้

$$\hat{Y}1d = 1.378 + 0.655X1$$

ผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิจัย (Research Results)

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้มีทิศทางสอดคล้องตามกรอบแนวคิดและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความสามารถในการดูดซึม จากผลของงานวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาตินั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 2 ประการ นั่นก็คือองค์ประกอบในเรื่องของตัวบุคลากร และองค์ประกอบในเรื่องขององค์กร ซึ่งองค์ประกอบในเรื่องของตัวบุคลากรนั้น ประกอบไปด้วย (1) ระดับของการเรียนรู้ และ (2) ความสัมพันธ์ โดยที่ระดับของการเรียนรู้ของบุคลากรนั้น นับเป็นปรากฏการณ์แรกซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่การได้รับ การดูดซึม การโอนถ่าย และความสามารถในการนำสิ่งที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ นอกจากนี้ยังรวมถึงทักษะและความสามารถในการสื่อสารอีกด้วย ส่วนในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติจากบริษัทแม่กับบุคลากรภายในองค์กร ก็มีผลสำคัญที่ทำให้การดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีดำเนินไปอย่างเปิดเผยและเป็นกันเอง

อีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติก็คือ องค์ประกอบในเรื่องขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย (1) วัฒนธรรมองค์กร และ (2) กลยุทธ์องค์กร บริบทด้านองค์กรนั้นมีส่วนช่วยในการสนับสนุนให้ตัวบุคลากรได้รับความรู้ โดยที่วัฒนธรรมองค์กรจะมีอิทธิพลต่อการสร้างรูปแบบและหล่อหลอมให้เกิดแนวทางปฏิบัติขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดเป็นค่านิยม แนวคิด และแบบอย่างให้แก่บุคลากรในองค์กร นอกจากนี้ กลยุทธ์องค์กรยังส่งผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายขององค์กร โดยที่นโยบายองค์กรจะมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างกันขององค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศที่เป็นบริษัทแม่กับองค์กรภายในประเทศที่เป็นบริษัทลูก เพราะนโยบายดังกล่าวจะเป็นตัวสนับสนุนและผลักดันให้บุคลากรในองค์กรได้รับความรู้ และได้รับการโอนถ่ายเทคโนโลยี

การก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ที่กำลังใกล้เข้ามาถึงนั้น จะก่อให้เกิดผลสำคัญประการหนึ่งก็คือ การที่แรงงานฝีมือทั่วทั้งภูมิภาคของประชาคมอาเซียนจะเกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันด้านตลาดแรงงานจะมีความ

เข้มข้นมากขึ้น เมื่อมองจากภาพที่กำลังจะเกิดขึ้นในมิติที่ได้กล่าวมา ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องสร้างความสามารถเชิงกลยุทธ์ (Strategic capability) ที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของภาคแรงงานและผู้ประกอบการยนต์ไทย

หนึ่งในความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การเตรียมความพร้อมในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในประเทศ ให้พร้อมรับกับสถานการณ์ดังกล่าว ดังนั้น การค้นพบปัจจัยที่นำไปสู่ความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ของผู้ประกอบการไทยในครั้งนี้จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคแรงงาน สามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปปรับกลยุทธ์ในการพัฒนา เพิ่มขีดความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับภาคแรงงานและภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยต่อไป

กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับผู้บริหาร คือ การสร้างปัจจัยแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมระดับของการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร และกลยุทธ์องค์กร เนื่องจากทั้ง 3 ปัจจัยนี้ร่วมกันส่งผลให้เกิดความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยี ได้ถึงร้อยละ 42.5 ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง

ลำดับที่ 1 คือ ระดับของการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดซึ่งผู้บริหารควรกำหนดนโยบายด้านพัฒนาบุคลากร โดยมุ่งเน้นในด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงาน ทักษะในการสื่อสาร ความยืดหยุ่น/เข้ากับคนอื่นได้ง่าย

ลำดับที่ 2 คือ วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งผู้บริหารควรผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมที่ส่งเสริมเชิงบวกต่อการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของ (1) การเรียนรู้และแสวงหาความรู้ใหม่ๆ (2) การถ่ายทอดและแบ่งปันประสบการณ์การทำงานแก่เพื่อนร่วมงาน (3) การทำงานตามคู่มือ และ (4) การใช้อินเทอร์เน็ต/อินทราเน็ต เพื่อหาความรู้หรือข้อมูลที่ต้องการ

ลำดับที่ 3 คือ กลยุทธ์องค์กร โดยกลยุทธ์องค์กรมีส่วนทำให้บุคลากรมีความมุ่งมั่นในการดูดซึมความรู้เชิงเทคนิคการปฏิบัติงานจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ ทั้งนี้ หากองค์กรสามารถปรับกลยุทธ์ให้มีการขยายผลการโอนถ่ายความรู้เชิงกว้าง

เพิ่มเติมจากความรู้เชิงเทคนิค ก็จะสามารถยกระดับความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์สำหรับบุคลากร ควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ ตามลำดับ

ลำดับที่ 1 คือ ระดับของการเรียนรู้ บุคลากรที่ต้องการประสบความสำเร็จในองค์กรที่ร่วมทุนกับบริษัทต่างชาติ (Joint Venture) นอกจากจะต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานแล้ว ยังต้องมีการฝึกฝนตนเองให้มีทักษะในการสื่อสาร ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ รวมไปถึงการพัฒนาตนเองให้มีความยืดหยุ่น เข้ากับคนอื่นได้ง่าย เพื่อที่จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ

ลำดับที่ 2 คือ ความสัมพันธ์ ซึ่งนอกจากบุคลากรจะมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานชาวต่างชาติ เพื่อที่จะดูดซึมความรู้เชิงเทคนิค ที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามระบบ/ขั้นตอนการทำงานของบริษัทแม่ ซึ่งเป็นความรู้เชิงลึกแล้ว บุคลากรยังควรเปิดมุมมองในการเรียนรู้ใหม่ โดยเพิ่มเติมในส่วนของการสร้างความสัมพันธ์นอกกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดมิตรภาพและความไว้วางใจกันมากขึ้น และช่วยให้สามารถแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เพิ่มเติม (ความรู้เชิงกว้าง) เช่น ประสบการณ์การทำงานในประเทศต่างๆ เทคนิคการทำงานกับชาติต่างๆ เป็นต้น

บทสรุปของงานวิจัย ได้ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์สำหรับการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาตินั้น ทุกภาคส่วนในประเทศไทยจำเป็นต้องตระหนักและให้ความสำคัญในเรื่องของระดับของการเรียนรู้ วัฒนธรรมองค์กร กลยุทธ์องค์กร และความสัมพันธ์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาทักษะให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ให้พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อให้ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพในการเป็น “ดีทรอยด์แห่งเอเชียตะวันออก” และสามารถยืนหยัดได้อย่างเต็มภาคภูมิในระดับอาเซียนต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดจากการที่บริบทงานวิจัยเป็นการศึกษาขององค์กรที่มีลักษณะของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ขององค์กรต่างประเทศ 2 องค์กร ได้แก่ องค์กรจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น โดยที่องค์กรร่วมทุนดังกล่าวได้เข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ดังนั้น ผลการวิจัยจึงเป็นพื้นฐานสำหรับงานวิจัยในอนาคต ซึ่งจะสามารถนำรูปแบบงานวิจัยดังกล่าวไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อของการสร้างความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์จากประเทศอื่นๆ ต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

[1] คณิตา เนตราคม. (2554). ความสามารถในการดูดซึมความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ: กรณีศึกษาบริษัทประกอบรถยนต์แห่งหนึ่งในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี.

[2] M. Alavi and D. E. Leidner, "Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issue", MIS Quarterly: Management Information Systems, Vol.25, No.1, 2001, pp.107.

[3] L. Andrawina, "Relationship between knowledge sharing and absorptive capacity moderated by organizational and technology factors: a conceptual model", IEEE, 2009, pp. 1865-1869.

[4] J. S. Brown and P. Duguid, "Organizational learning and communities-of-practice: Toward a unified view of working, learning, and innovation", Organization science, 1991, pp. 40-57.

[5] C. Charoensiriwatch and W. Sangkietiyut, "The strategic adoption of information standard to increase competitiveness in the automotive industry in Thailand", IEEE, 2010, pp. 1-5.

[6] T. H. Davenport and L. Prusak, "Working knowledge: How organizations manage what they know", Harvard Business School Press. Boston, MA, 1998.

[7] T. Laosirihongthong, M. W. McLean, P. Leabsuetrakool, T. Chongjareonjai and S. Leedhirakul, "Technology strategy: findings from adoption and adaptation of Japanese manufacturing management (JMM) to ASEAN and Australasian automotive manufacturers", IEEE, 2008, pp. 1325-1330.

[8] I. Nonaka, R. Toyama and N. Konno, "SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation, Long Range Planning", Vol.33, No.1, 2000, pp. 5-34.

[9] H. Panda and K. Ramanathan, "Technological capability assessment of a firm in the electricity sector", Technovation, 1996, pp. 561-588.

[10] B. I. Park, "Differences in knowledge acquisition mechanisms between IJVs with Western vs. Japanese parents: Focus on factors comprising absorptive capacity", Management Decision, 2011, pp. 422-443.

[11] B. I. Park, "Knowledge transfer capacity of multinational enterprises and technology acquisition in international joint ventures", International Business Review, 2011, pp. 75-87.

[12] S. A. Zahra and J. C. Hayton, "The effect of international venturing on firm performance: The moderation influence of absorptive capacity", Journal of Business Venturing, 2008, pp. 195-220.

[13] X. Zhixiong and Q. Yuanjian, "Research on knowledge absorptive capacity of enterprise", IEEE, 2010, pp. 1-4.