



ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ใน
ประเทศไทย

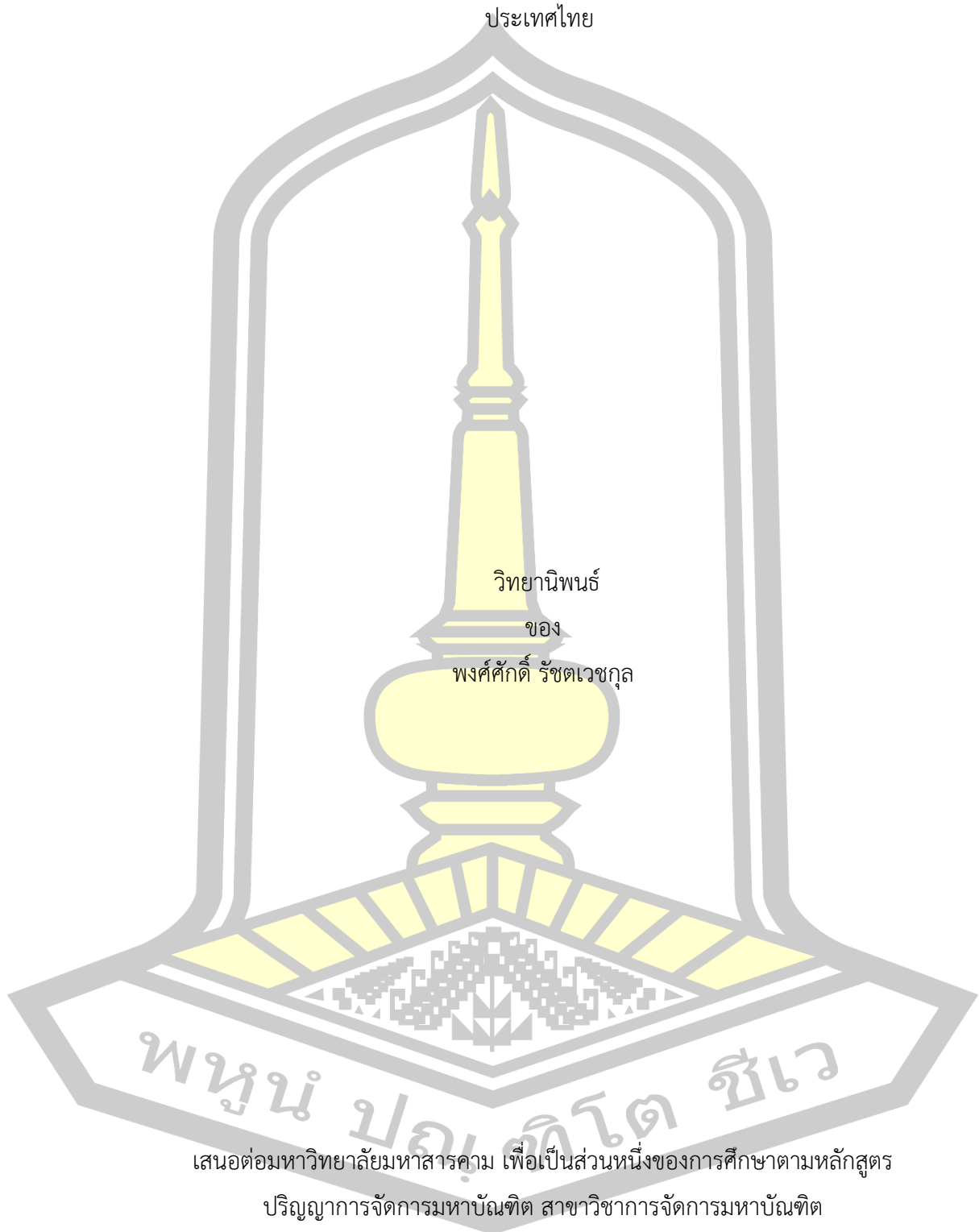
วิทยานิพนธ์
ของ
พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาบัณฑิต

กรกฎาคม 2562

สงวนลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ใน
ประเทศไทย

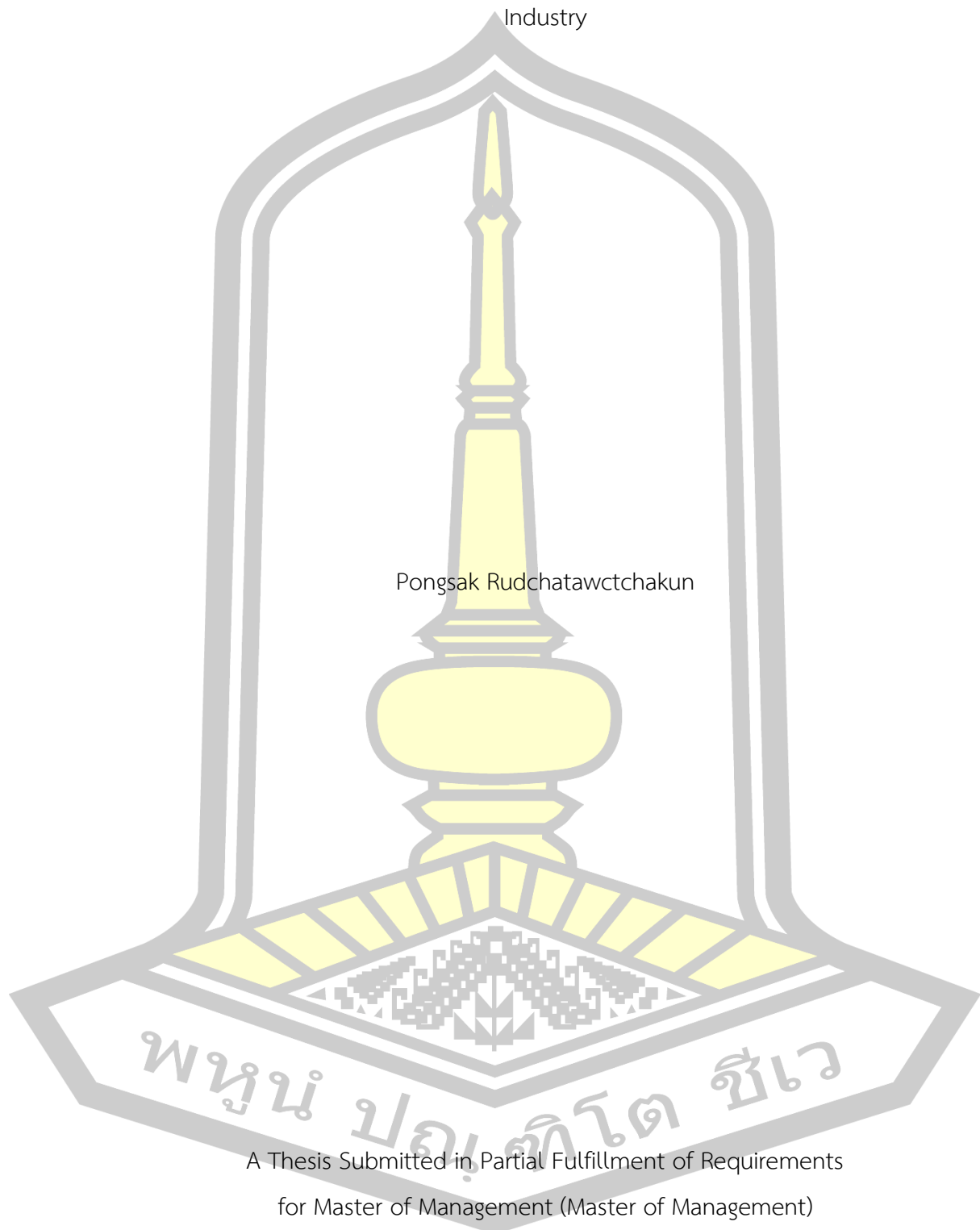


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาบัณฑิต

กรกฎาคม 2562

สงวนลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Effects of Excellence Management on Organization Success of Thai Automotive Industry



Pongsak Rudchatawcthakun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Management (Master of Management)

July 2019

Copyright of Maharakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายพงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. นิตินพงษ์ ส่งศรีโรจน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. นवलละออง อรรถรังสรรค์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ดร. คมกริช วงศ์แซ)

กรรมการ

(ผศ. ดร. สุธนา บุญเหลือ)

กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. นิกร ยาสมร)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

(ผศ. ดร. นิตินพงษ์ ส่งศรีโรจน์)

(ผศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีคณะการบัญชีและการจัดการ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย		
ผู้วิจัย	พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล		
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. นวลละออง อรรถรังสรรค์ อาจารย์ ดร. คมกริช วงศ์แห		
ปริญญา	การจัดการมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2562

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาทิ การมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรมการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีเครื่องจักรคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนกิจการภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของรัฐบาลไทย ซึ่งการบริหารที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการองค์กรที่ดี เริ่มตั้งแต่การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร รวมถึงการจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร อีกทั้งยังต้องนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าเพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 162 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ และด้านการจัดการความรู้

แตกต่างกัน และผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสำเร็จขององค์กรโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา แตกต่างกัน ($p < 0.05$)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า 1) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน 2) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน 3) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และ 4) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ($p < 0.05$)

โดยสรุป การบริหารความเป็นเลิศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ควรให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ โดยองค์กรควรสนับสนุนพนักงานเกิดการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และต้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร นอกจากนี้องค์กรควรให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ประมวลผล และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน หรือพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยองค์กรควรส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อช่วยเสริมกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงานทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การบริหารความเป็นเลิศ, ความสำเร็จขององค์กร, ความเป็นผู้นำ, นวัตกรรม, การจัดการความรู้, เทคโนโลยีสารสนเทศ

TITLE	Effects of Excellence Management on Organization Success of Thai Automotive Industry		
AUTHOR	Pongsak Rudchatawctchakun		
ADVISORS	Nuanlaong Attharangsun , Ph.D. Komkrit Wongkhae , Ph.D.		
DEGREE	Master of Management	MAJOR	Master of Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2019

ABSTRACT

Changes happen rapidly in present times, such as focusing on the use of innovations in communication technology and various modern computer technology in driving businesses. The Thai industrial sector has developed operations to be in line with the policy direction of the Thai government, in which, management that will make an organization successful must have a good organizational management process. Starting from the planning of various resource management within the organization, including the division of organizational structure, as well as using innovations and information technology to reduce production costs and increase product efficiency, in order to achieve the goals set by the organization and be able to use available resources to be most cost-effective. Therefore, the researcher has studied the impact of excellence management on organizational success in Thailand's automotive industry, by collecting data from 162 automotive industry executives in Thailand and using a questionnaire as a tool. Statistics used in the data analysis were t-test, F-test (ANOVA and MANOVA), multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.

The research found that the opinions of automotive industry executives agreed on overall excellence management, and aspects at a high level were leadership, innovation, knowledge management, and information technology, and the opinions of automotive industry executives agreed on overall organizational

success, and aspects at a high level were finance, customers, internal processes, and learning and development.

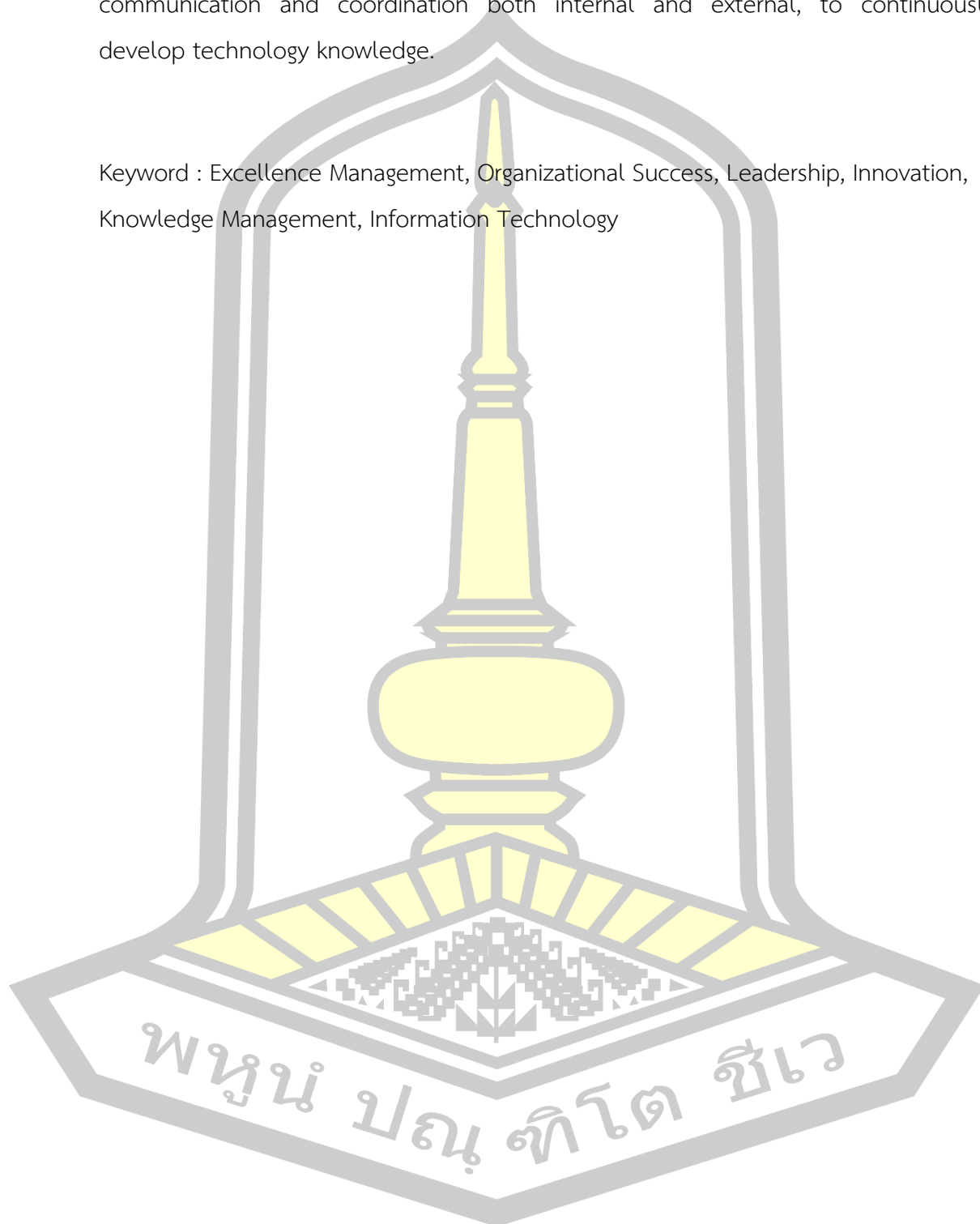
The opinions of automotive industry executives who have different business models agree on overall excellence management, and have different opinions on leadership and knowledge management, and the opinions of automotive industry executives who have different operating periods agree on overall excellence management, in leadership, innovation, knowledge management, and information technology, and overall organizational success, and have different opinions on finance, customers, internal processes, and learning and development ($p < 0.05$).

From the analysis of relationships, it was found that 1) excellence management in leadership has a positive relationship and impact on organizational success in internal process 2) excellence management in innovation has a positive relationship and impact on organizational success in customers and internal processes 3) excellence management in knowledge management has a positive relationship and impact on organizational success in finance, customers, internal processes, and learning and development and 4) excellence management in information technology has a positive relationship and impact on organizational success in finance, customers, internal processes, and learning and development ($p < 0.05$).

In conclusion, excellence management has a positive relationship and impact on organizational success. Therefore, the automotive industry should focus on knowledge management, by which organizations should support employees' continuous self-development, and there must be occurrences of exchanging knowledge within the organization. In addition, organizations should focus on the use of information data to be used in analysis, processing, and helping making investment decisions, or for developing various tasks, so that organizations can respond to unpredictable changes and information technology. The organization should promote the use of modern information technology to help enhance processes, procedures, methods, or any various processes in the work of employees.

In addition, there should be promotion on the applications of programs in facilitating communication and coordination both internal and external, to continuously develop technology knowledge.

Keyword : Excellence Management, Organizational Success, Leadership, Innovation, Knowledge Management, Information Technology



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วย ความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจากบุคคลทั้งหลาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.นวลละออง อรรถรังสรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และอาจารย์ ดร.คมกริช วงศ์แห อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษา ตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ให้คำแนะนำและความรู้อันมีค่าที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธนา บุญเหลือ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิกร ยาสมร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความรู้และคำแนะนำในการสอบวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา อาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ และ ดร.มัลลิกา จำปาแพง ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัยให้มีประสิทธิภาพและสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยทุกท่าน ที่ได้สละเวลาและอนุเคราะห์กรอกข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติ ที่คอยเป็นกำลังใจอยู่เคียงข้างตลอดเวลาจนทำให้วิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะการบัญชีและการจัดการ ทุกท่านที่ช่วยเหลือให้กำลังใจที่ดีเสมอมาและให้การสนับสนุนการทำวิจัยให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง สังคม และประเทศชาติต่อไป

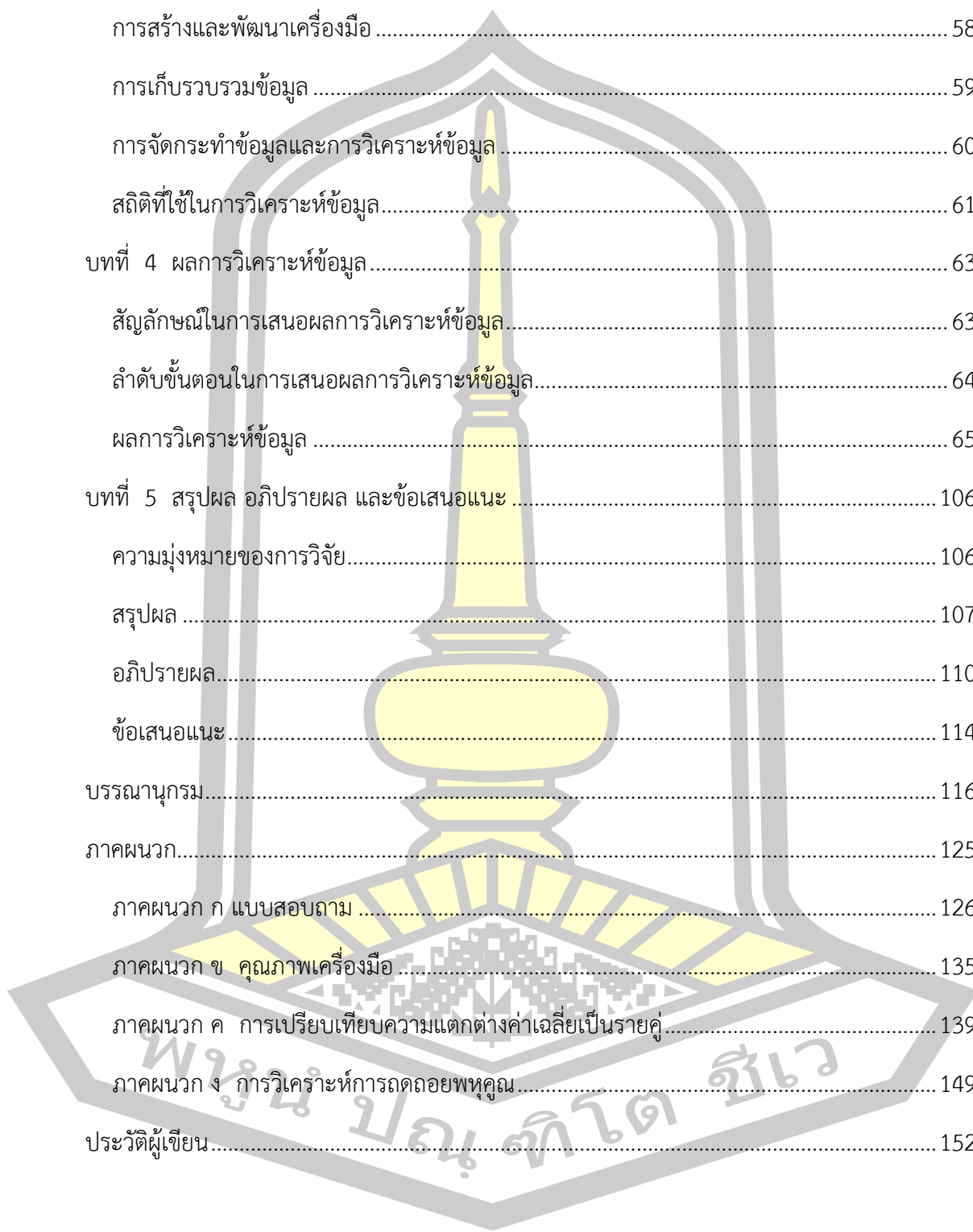
พูน ปณ ทิโต ชีเว

พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฌ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพประกอบ.....	ด
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
สมมุติฐานในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	57
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	57

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	60
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	61
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	106
ความมุ่งหมายของการวิจัย	106
สรุปผล	107
อภิปรายผล	110
ข้อเสนอแนะ	114
บรรณานุกรม	116
ภาคผนวก	125
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	126
ภาคผนวก ข คุณภาพเครื่องมือ	135
ภาคผนวก ค การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่	139
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	149
ประวัติผู้เขียน	152



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 มูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ทั่วโลกปี พ.ศ. 2554-2558.....	16
ตาราง 2 จำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	57
ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	65
ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	67
ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมและรายด้านของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย	69
ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ เป็นรายชื่อ ของ อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	70
ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	71
ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	72
ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	73
ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและรายด้านของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย	74
ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	75
ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	76
ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	77
ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	78
ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมและเป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน (t-test).....	79

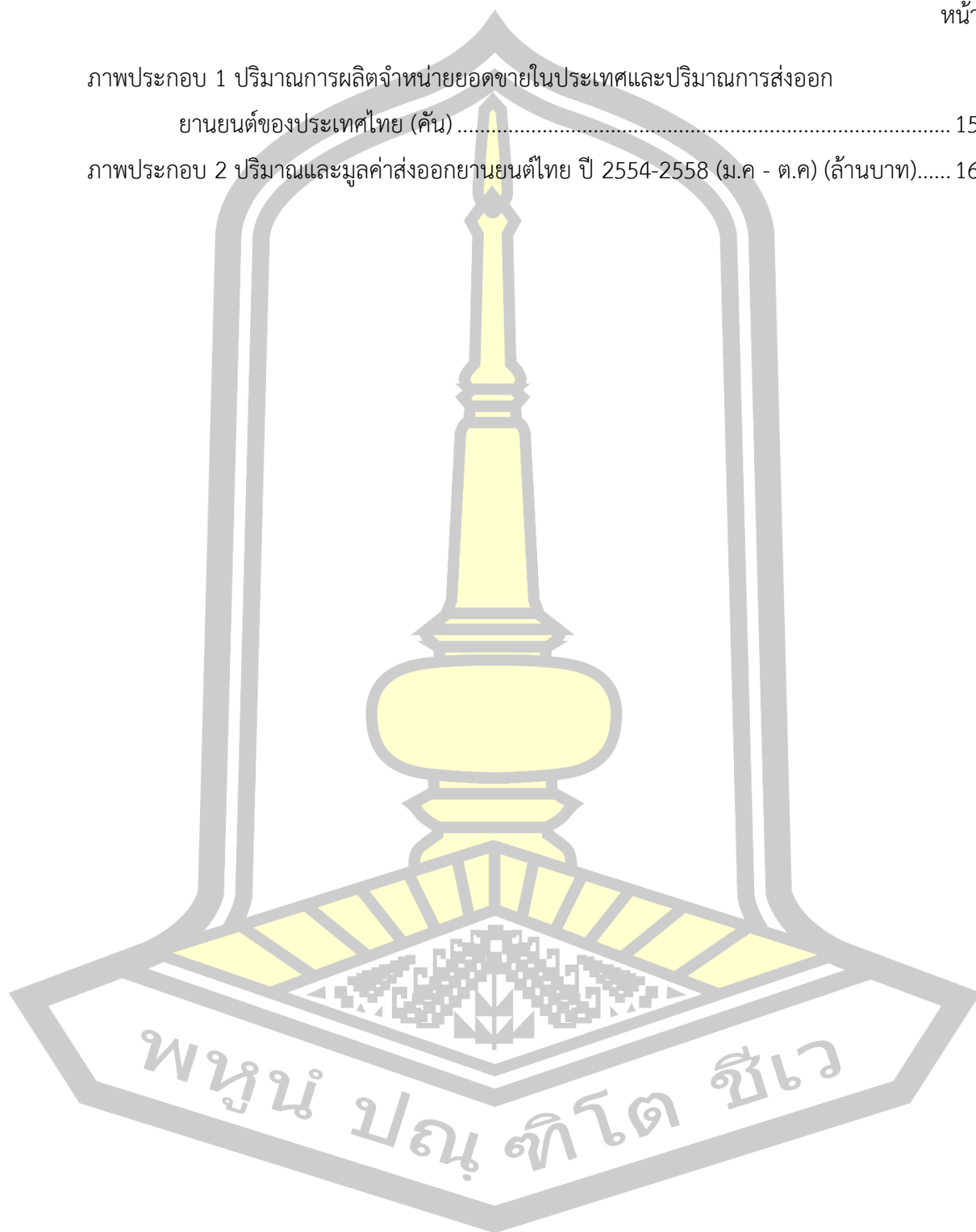
ตาราง 30 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA).....	89
ตาราง 31 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (ANOVA)	90
ตาราง 32 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA).....	90
ตาราง 33 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (ANOVA)	92
ตาราง 34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (MANOVA).....	92
ตาราง 35 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (ANOVA).....	93
ตาราง 36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (MANOVA).....	93
ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	94
ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	96
ตาราง 39 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	97
ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	98
ตาราง 41 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	99
ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	100
ตาราง 43 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	101

ตาราง 44 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	102
ตาราง 45 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	103
ตาราง 46 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย.....	104
ตาราง 47 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	136
ตาราง 48 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน	140
ตาราง 49 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน ..	140
ตาราง 50 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน.....	141
ตาราง 51 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน การดำเนินงานแตกต่างกัน	141
ตาราง 52 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน การดำเนินงานแตกต่างกัน	142
ตาราง 53 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน การดำเนินงานแตกต่างกัน	142
ตาราง 54 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน การดำเนินงานแตกต่างกัน	143
ตาราง 55 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน.....	143
ตาราง 56 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน.....	144

สารบัญภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1 ปริมาณการผลิตจำหน่ายยอดขายในประเทศและปริมาณการส่งออก ยานยนต์ของประเทศไทย (คัน).....	15
ภาพประกอบ 2 ปริมาณและมูลค่าส่งออกยานยนต์ไทย ปี 2554-2558 (ม.ค - ต.ค) (ล้านบาท).....	16



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาทิ การมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีเครื่องจักรคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนกิจการภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของรัฐบาลไทย ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์นับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของไทย ที่มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกระแสการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต้องปรับตัวเข้าสู่สภาวะการแข่งขันของห่วงโซ่อุปทานโลกที่ก้าวข้ามการเป็นเพียงฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ มุ่งไปสู่การให้ความสำคัญกับการทำวิจัย และพัฒนายานยนต์สมัยใหม่ ที่ต้องการการออกแบบและคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560 : เว็บไซต์) ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคต จึงเป็นกลไกสำคัญที่ภาครัฐต้องให้การสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อน การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสู่ความยั่งยืนในเวทีระดับโลก (กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์, 2559 : เว็บไซต์)

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพสูงสุดในอาเซียน โดยปี 2560 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มีการมูลค่าการส่งออก 9,033.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีมูลค่า 8,233.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.72 ตลาดส่งออกที่สำคัญ (3 อันดับแรก) ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2561 : 18) นอกจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เปิดเผยว่า ยอดการผลิตรถยนต์เดือน กุมภาพันธ์ 2561 มีจำนวน 1.78 แสนคัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 15.37% ส่งผลให้ภาพรวม 2 เดือนแรกของปีมียอดผลิต 3.44 แสนคันเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 12.28% เมื่อพิจารณาทิศทางการผลิตดังกล่าวแนวโน้มเป้าหมายการผลิตรถยนต์ที่วางไว้ปี 2561 ที่ 2 ล้านคัน มีความเป็นไปได้สูง (โพสท์ทูเดย์, 2561 : เว็บไซต์) และในปี พ.ศ. 2563 ภายใต้การเปิดเสรีการค้าเต็มรูปแบบของประชาคมอาเซียนผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทย จะต้องเพิ่มศักยภาพให้เข้มแข็งขึ้น เนื่องด้วยหลายประเทศในอาเซียนต่างเริ่มดำเนินนโยบายด้านนี้ อาทิ อินโดนีเซีย รวมถึงการเปิดประเทศของเมียนมาร์ได้ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่จากญี่ปุ่นที่ลงทุนในประเทศไทยต่างเริ่มปรับแผน และเตรียมใช้ประเทศ

พม่าเป็นแหล่งในการผลิตชิ้นส่วนที่ไม่เน้นเทคโนโลยีมากนัก เพื่อลดต้นทุนการผลิต ดังนั้น ผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารงานให้มีคุณภาพ ตลอดจนถึงการพัฒนาศักยภาพด้านแรงงาน และเน้นการวิจัยพัฒนาให้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรม การผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทย (อัชฌา ลิ้มปี่ไพฑูรย์, 2561 : เว็บไซต์)

การบริหารความเป็นเลิศ (Excellence Management) เป็นกระบวนการจัดการองค์กร เพื่อยกระดับคุณภาพในการดำเนินงาน ตั้งแต่ การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรทุน ทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการพัฒนาการเรียนรู้ และการเพิ่มทักษะความสามารถอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร การออกแบบงาน ให้เกิดความประสานร่วมมือระหว่างกัน และการวัดประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม พร้อมทั้ง มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และสามารถดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า ได้ตามความคาดหวังจนทำให้เกิดความพึงพอใจ อีกทั้งยังต้องนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพสินค้า เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถ บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมี การประยุกต์แนวคิดเรื่อง เส้นทางการสร้างองค์กรแห่งความเป็นเลิศของสก็๊ญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณท์แสง (2552 : 147) มาประกอบในการศึกษาการบริหารองค์กร เพื่อนำไปสู่ การสร้างองค์กรให้มีความเป็นเลิศในการทำงาน เพื่อนำองค์กรให้ประสบความสำเร็จในอนาคต ประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ (Leadership) นวัตกรรม (Innovation) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ดังนั้น การบริหารความเป็นเลิศจะช่วยยกระดับองค์กรให้มีคุณภาพในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในอนาคต

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ภายใต้ บริบทสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตามแผนงาน โดยทำให้เป้าหมายที่วางไว้ สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการวัดความสำเร็จขององค์กรจึง ใช้เครื่องมือ การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ (Balance Scorecard) ซึ่งเป็นการวัดที่ครอบคลุมในมิติทั้ง เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspectives) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) และ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 61-107) ซึ่งการดำเนินงานให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ ให้ตรงกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเป็นผู้นำ นวัตกรรม การจัดการความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้บริหารต้องประยุกต์ใช้การวัดความสำเร็จของ องค์กรในมิติที่กว้างขึ้นมาเป็นตัวชี้วัดการความสำเร็จขององค์กร

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์ให้มีความสามารถในการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายหรือนโยบายขององค์กรสร้างกลยุทธ์ที่จะปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
5. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารความเป็นเลิศขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน
6. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริหารงานอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3. เพื่อเป็นข้อสนเทศสำหรับป้องกันมิให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงาน
4. เพื่อเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์การเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น
5. เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการบริหารองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ก่อให้เกิดความสำเร็จขององค์การ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์การของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิด ดังนี้

1. การบริหารความเป็นเลิศ (Excellence Management) โดยประยุกต์จาก เส้นทางของการสร้างองค์การแห่งความเป็นเลิศของสุกัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณษ์แสง (2552 : 147) ประกอบด้วย

- 1.1 ด้านความเป็นผู้นำ (Leadership)
- 1.2 ด้านนวัตกรรม (Innovation)
- 1.3 ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management)
- 1.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

2. ความสำเร็จขององค์การ (Organizational Success) โดยประยุกต์จาก การวัดผลการดำเนินงานแบบคุณภาพของพสุ เดชะรินทร์ (2548 : 61-107) ประกอบด้วย

- 2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives)
- 2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives)
- 2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives)
- 2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 618 ธุรกิจ (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2560 : เว็บไซต์)

2. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วันที่ 1 กรกฎาคม – 31 กรกฎาคม 2561
4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การบริหารความเป็นเลิศ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จขององค์กร

กลุ่มที่ 2 การเปรียบเทียบการบริหารความเป็นเลิศและความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ตัวแปรตาม ได้แก่ การบริหารความเป็นเลิศ และความสำเร็จขององค์กร

สมมุติฐานในการวิจัย

1. การบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
2. การบริหารความเป็นเลิศมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
3. อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีการบริหารความเป็นเลิศแตกต่างกัน
4. อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความสำเร็จขององค์กรแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผู้บริหาร (Executive) หมายถึง เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ หุ่นส่วนผู้จัดการ หรือบุคคลผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์

2. อุตสาหกรรมยานยนต์ (Automotive Industry) หมายถึง ธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วย ตัวเครื่องยนต์ ตัวถังรถยนต์ ระบบช่วงล่าง ระบบไฟฟ้า ระบบเบรกและครัช อุปกรณ์เสริมตกแต่ง และอุปกรณ์บังคับ ระบบพวงมาลัย อุปกรณ์พลาสติกและกระจกรถยนต์ ระบบขับเคลื่อนและถ่ายทอดกำลัง และการประกอบรถยนต์ เป็นต้น

3. การบริหารความเป็นเลิศ (Excellence Management) หมายถึง กระบวนการจัดการองค์กรเพื่อยกระดับคุณภาพในการดำเนินงาน ตั้งแต่ การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร การออกแบบงานให้เกิดความประสานร่วมมือระหว่างกัน และการวัดประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม และการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และสามารถดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตามความคาดหวังจนทำให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการบริหารความเป็นเลิศ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านความเป็นผู้นำ (Leadership) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการยอมรับและมีความสามารถในการชักนำ จูงใจ ชี้แนะ ใช้อิทธิพล หรืออำนาจที่มีอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกไว้วางใจ และยินดีที่จะกระทำตามการชักจูงของบุคคลที่ตนเองยอมรับ เพื่อที่จะให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การรวบรวม การผสมผสาน หรือการสร้างสรรคความรู้ จนกลายเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ โดยสิ่งใหม่เป็นได้ทั้งสินค้า บริการ กระบวนการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้สูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้

3.3 ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง กระบวนการจัดการความรู้ที่นำเอาข้อมูลที่อยู่รูปแบบต่าง ๆ เช่น ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล มาประมวลผลให้กลายเป็นสารสนเทศ และจัดเก็บในแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้ โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขัน และถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจาย และไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิต และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการจัดเก็บความรู้เป็นการจัดเก็บทั้งภายในและภายนอกองค์กร

3.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้จัดการเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล ประมวลผล และใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ ให้กลายเป็นสารสนเทศที่สามารถใช้งานได้ ซึ่งเทคโนโลยีที่ใช้สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ทันสมัยมาใช้กับองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานภายใต้บริบทสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตามแผนงานโดยทำให้เป้าหมายที่วางไว้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยในการวัดผลสำเร็จขององค์กร ประกอบด้วย

4.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของกำไรขององค์กร และเป็นตัวกำหนดถึงการควบคุมในด้านการเงินของธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

4.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) หมายถึง การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการรักษาลูกค้าเดิม และการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ซึ่งการจะเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ได้ต้องมีการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการบริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและประทับใจต่อธุรกิจ

4.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) หมายถึง การดำเนินงานที่รวดเร็วและมีคุณภาพ มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในองค์กร เพื่อที่จะได้สร้างความพึงพอใจ และสร้างความประทับใจกับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร

4.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) หมายถึง การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ มีวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ เพื่อที่พนักงานจะสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ตั้งไว้ รวมทั้งองค์กรต้องมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถ เกิดการเรียนรู้ที่ดีและมีการเรียนรู้ในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

พูน ปรุ ทิโต ชเว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งเป็นดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

1. ประวัติของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมยานยนต์ได้เริ่มก่อตั้งและเติบโตขึ้นในประเทศไทยเป็นเวลานานกว่า
100 ปี จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่า ในปี พ.ศ. 2447 พระเจ้าลูกยาเธอในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ทรงพระประชวรต้องเสด็จไปรักษาพระองค์
ที่ประเทศฝรั่งเศส ขณะประทับอยู่ที่นั่น ได้ทรงสั่งซื้อรถยนต์หนึ่งคันเป็นรถเดมเลอร์-เบนซ์ ทรงซื้อ
รถยนต์จากมองซิเออร์ เอมีเลอ เจลลิเนค ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายรถเดมเลอร์-เบนซ์ และในปี
ปีนั้นพระเจ้าลูกยาเธอกรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ได้น้อมเกล้าถวายรถยนต์ แต่พระบาทสมเด็จพระ
จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ถือว่าเป็นรถยนต์พระที่นั่งคันแรกในประวัติศาสตร์ไทย โดยพระเจ้า
ลูกยาเธอ กรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ทรงรับหน้าที่เป็นสารภีด้วยพระองค์เอง พระบาทสมเด็จพระ
จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเห็นว่ารถยนต์พระที่นั่งคันเดียว ไม่เพียงพอในการใช้งานตามพระราช
ประสงค์ จึงโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าลูกยาเธอกรมหลวง ราชบุรีดิเรกฤทธิ์ ทรงสั่งซื้อรถเดมเลอร์-เบนซ์
โดยนำเข้าจากประเทศเยอรมนี ได้พระราชทานนามว่า แก้วจักรพรรดิ ในทางเดียวกันกับโบราณ
ราชประเพณีที่มีการพระราชทานนามแก่ ช้างเผือกคู่บารมี

ในปี พ.ศ. 2451 ในวาระเฉลิมพระชนมพรรษาครบ 56 พรรษา พระบาทสมเด็จพระ
จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีพระราชดำริให้สั่งซื้อรถยนต์เป็นของขวัญพระราชทานแก่พระบรม
วงศานุวงศ์ และข้าราชการชั้นสูง เพื่อใช้ประโยชน์กับแผ่นดิน ทรงโปรดเกล้าฯ ให้พระเจ้าลูกยาเธอ

กรมหลวงราชบุรีดิเรกฤทธิ์ สั่งซื้อจากประเทศฝรั่งเศส จำนวน 10 คัน พระราชทานแก่เมืองบางกอก และจังหวัดใกล้เคียง 401 คัน เพื่อเป็นการจัดระเบียบการจราจรและลดอุบัติเหตุ จากจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้น พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดเกล้าให้ตราพระราชบัญญัติรถยนต์ฉบับแรกของประเทศไทยขึ้น โดยให้มีผลบังคับใช้ในปีถัดมา พระราชบัญญัตินี้กำหนดให้เจ้าของรถยนต์ต้องจดทะเบียนกับกระทรวงมหาดไทยและเสียค่าธรรมเนียม จำนวน 10 บาท โดยรถยนต์นั่งและรถบรรทุกในประเทศไทยที่จดทะเบียนกับกระทรวงมหาดไทย ในช่วงนั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 412 คัน

ในปี พ.ศ. 2480 มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมขึ้นเป็นครั้งแรก ในสมัยรัฐบาลของพระยาพหลพลพยุหเสนา ซึ่งในปีต่อมา ได้มีการตราพระราชบัญญัติจัดการกู้เงินในประเทศ เพื่อการอุตสาหกรรมใช้ในการจัดสร้างโรงงานอุตสาหกรรม จัดเป็นกฎหมายเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ฉบับแรกของไทย ต่อมาได้จัดตั้งกระทรวงอุตสาหกรรมขึ้น เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2485 เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ ให้มีความเจริญรุ่งเรืองมีความได้เปรียบในการแข่งขันกับตลาดโลกเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไทย และเริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504-2509 ซึ่งเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า

ในปี พ.ศ. 2503 คือ จุดเริ่มต้นการวางรากฐานของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ในสมัยรัฐบาลของ ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้มีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนผลิตรถยนต์ในประเทศ เพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยการกำหนดให้มีการตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ขึ้นในประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2505 ได้ก่อตั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนขึ้น ภายใต้การสนับสนุนของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อดูแลการส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย โดยมี 4 บริษัท ที่ขอรับสิทธิดังกล่าว ได้แก่ 1) บริษัท อุตสาหกรรมไทยมอเตอร์ จำกัด ผลิตรถยนต์ฟอร์ด 2) บริษัท กรรณสูต จำกัด ผลิตรถยนต์เฟียต 3) บริษัท สยามกลการและนิสสัน จำกัด ผลิตรถยนต์ทัตสันและนิสสัน และ 4) บริษัท ธนบุรีประกอบรถยนต์ จำกัด ผลิตรถยนต์เมอร์เซเดส-เบนซ์

ในปี พ.ศ. 2512 มีผู้ได้รับการส่งเสริมกิจการประกอบรถยนต์เพิ่มอีก 10 ราย มีกำลังการผลิตมากกว่า 10,000 คัน ในการผลิตรถยนต์นั่ง รถโดยสาร รถตู้ และรถจี๊ปภายในประเทศ เพื่อสนองความต้องการของตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณการผลิตรถยนต์ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดในประเทศ รัฐบาลเห็นว่า การส่งเสริมด้วยวิธีการดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดการประหยัด จึงได้ประกาศยกเลิกการส่งเสริมการลงทุนแก่โรงงานประกอบรถยนต์ในปีนั้น เพื่อสร้างกลไกการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้แข็งแกร่ง และเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมยิ่งขึ้น ให้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการประกอบ และเริ่มพัฒนาในด้านมาตรฐานตามข้อกำหนดของผู้ประกอบรถยนต์

ในปี พ.ศ. 2521 กระทรวงพาณิชย์ได้ประกาศห้ามการนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรม ขณะเดียวกันกระทรวงการคลังก็ได้ประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราอากรขาเข้าสำหรับรายการชิ้นส่วนที่นำเข้า เพื่อประกอบรถยนต์ภายในประเทศเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 80 และประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราอากรขาเข้าสำหรับรถยนต์สำเร็จรูปเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 80 เป็นร้อยละ 150 เพื่อลดการขาดดุลการค้า และยังเป็นการปกป้องอุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์ในประเทศอีกทางหนึ่ง

ในปี พ.ศ. 2522 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศนโยบายอุตสาหกรรมยานยนต์เพื่อการส่งออกขึ้นเป็นครั้งแรก โดยกำหนดให้โรงงานประกอบยานยนต์เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศให้ได้รับการยกเว้นไม่ต้องใช้ชิ้นส่วนในประเทศตามประกาศ แม้ว่าขณะนั้น ตัวเลขการส่งออกจะมีไม่มากแต่ก็แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ของกระทรวงอุตสาหกรรม ในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ ซึ่งในทศวรรษต่อมา การส่งออกรถยนต์ได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญอย่างมากของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2526-2527 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ประกาศนโยบายอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งฉบับใหม่ คือ การกำหนดเพิ่มการใช้ชิ้นส่วนในประเทศสำหรับรถยนต์นั่ง และกำหนดจำนวนรุ่น (Series) และจำนวนแบบ (Model) สำหรับรถยนต์นั่งที่ผลิตในประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายที่ช่วยให้เกิด การประกอบที่มีการประหยัดจากขนาดของการผลิต (Economy of Scale) และต่อมาได้กำหนดรายการชิ้นส่วนบังคับใช้ในประเทศ สำหรับการประกอบรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก ทั้งเครื่องยนต์แก๊สโซลีนและดีเซล คณะกรรมการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมประเมินว่า อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย คือ รถยนต์นั่งที่ประกอบในประเทศมีจำนวนแบบค่อนข้างมาก ทำให้รถบางรุ่นมีการประกอบเพียงไม่กี่คันเท่านั้น ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2527 กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้ให้โรงงานประกอบทั้งหมดทำการประกอบรถยนต์นั่งรวมกันได้ไม่เกิน 42 รุ่น โดยแต่ละแบบให้มีการประกอบได้ไม่เกิน 2 รุ่น และแต่ละแบบให้มีตัวถังได้แบบเดียว ใช้เครื่องยนต์เดียวกัน แต่ให้มีระบบเกียร์ได้ 2 ชนิด

ในปี พ.ศ. 2537-2538 เป็นช่วงประสบปัญหาพองสบู่แตก วิกฤติเศรษฐกิจนี้เป็นผลทำให้รัฐบาลประกาศลอยตัวค่าเงินบาท เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 และทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ได้รับผลกระทบอย่างมาก เหตุการณ์ในครั้งนี้นับเป็นวิกฤติที่สร้างโอกาส ให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ จากการที่บริษัทแม่เข้ามาถือหุ้น ทำให้มีการแบ่งตลาดส่งออกให้กับโรงงานรถยนต์ไทย ทดแทนตลาดในประเทศ และเป็นจุดเริ่มต้นให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย ส่งออกไปทั่วโลก ในปัจจุบันมีข้อตกลงด้านมาตรฐานขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ภายใต้ระเบียบเกี่ยวกับยานยนต์ (World Forum for Harmonization of Vehicles Regulation : WP 29) ยินยอมให้ประเทศสมาชิกปฏิบัติได้ด้วย ถือว่าเป็นมาตรการทางเทคนิค (Technical Barrier to

Trade: TBT) มี 2 ข้อตกลง คือ 1958 ข้อตกลง (Agreement) นำโดยค่ายยุโรป และ 1998 ข้อตกลง (Agreement) เป็น Global Technical Regulation Agreement (GTR) ที่นำโดยประเทศสหรัฐอเมริกา ลงนามแล้ว ไว้ใช้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เป็นเรื่องสำคัญ ที่จะต้องมีการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ ที่ส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ประสบความสำเร็จ โดย 1958 ข้อตกลง คือ ถ้าสมาชิกในภาคี WP 29 ประเทศใดเซ็นต์ข้อตกลงในมาตรฐานใดแล้ว แสดงว่า สามารถยอมรับผลการทดสอบระหว่างประเทศที่ลงนามข้อตกลงในมาตรฐานเดียวกันได้ ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 48 ประเทศ และประเทศไทยได้ลงนามเป็นสมาชิก 1958 Agreement แล้ว เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2549 โดยใช้รหัส E53 ส่วน 1998 ข้อตกลงเป็นข้อตกลงที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดทางด้านเทคนิค ซึ่งถ้าสมาชิกในภาคี WP 29 ประเทศใดเซ็นต์ข้อตกลง 1998 Agreement ในมาตรฐานตัวใด จะสามารถเข้าไปร่วมร่างแก้ไข เพิ่มเติมมาตรฐานนั้น ๆ ได้ โดยมาตรฐานที่ใช้เป็นมาตรฐาน GTR ซึ่งปัจจุบันมีมาตรฐานที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว คือ มาตรฐาน ECE/TRANS/132 - Global Technical Regulation for Wheeled Vehicles, Equipment and Parts which can be Fitted and/or be used on Wheeled Vehicles และมีสมาชิกทั้งหมด 31 ประเทศ

ในปี พ.ศ. 2540 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยานยนต์อย่างรุนแรง จากที่เคยผลิตได้สูงสุดในปี พ.ศ. 2536 และลดลงต่ำสุดในปี พ.ศ. 2541 ทำให้ต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเข้มแข็ง และส่งเสริมการเปิดการค้าเสรี เพื่อพัฒนาประเทศเป็นประตูเศรษฐกิจ และเป็นการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย บริษัทแม่ได้แบ่งตลาดให้กับโรงงานผลิตรถยนต์ในไทย และเป็นจุดเริ่มต้นที่ช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยฟื้นตัวจากวิกฤตเศรษฐกิจ และกระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดตั้งสถาบันยานยนต์ขึ้น เมื่อวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2541 เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก โดยมีบทบาทสำคัญ คือ การทำโครงการรถยนต์ขนาดเล็ก ประหยัดพลังงาน หรืออีโคคาร์ ให้เป็นนโยบายส่งเสริมการลงทุนได้ในปี พ.ศ. 2550

การค้าของโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งการกีดกันทางการค้า การห้ามนำเข้า การตั้งภาษี จนมาถึงยุคของการค้าเสรี มีการยกเลิกภาษี แต่จะใช้นโยบายกำหนดมาตรฐานแทน โดยเฉพาะรถยนต์ที่เน้นเรื่องความปลอดภัยและรักษาสิ่งแวดล้อม นโยบายของรัฐบาล จึงเป็นเรื่องการปรับโครงสร้างภาษี ลดอากรขาเข้า และมีการเปิดการค้าเสรีหรืออาเซียน

ในปี พ.ศ. 2543-2547 กระทรวงการคลังได้ประกาศปรับปรุงโครงสร้างภาษีอากรครั้งใหญ่ ทั้งในส่วนของรถยนต์ และส่วนพลังงานที่ใช้ในรถยนต์ เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2544 ได้มีการปรับปรุงการส่งเสริมการลงทุนของอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อเพิ่มแรงดึงดูดให้มีการย้ายฐาน

การผลิตจากต่างประเทศมาในประเทศไทย โดยเป้าหมาย คือ ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต และส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของโลก

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ดำเนินนโยบายสร้างความเชื่อมั่นกับนักลงทุน และกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ส่งเสริมการส่งออกยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมหลักในการส่งออก กระทรวงการคลัง ได้ส่งออกรถยนต์ครั้งแรก คือ รถยนต์มิตซูบิชิ ความสำเร็จนี้ทำให้สินค้าจากประเทศไทยได้รับความเชื่อมั่นจากตลาดโลก รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ด้วย

ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยผลิตรถยนต์เพื่อจำหน่ายได้ครบ 1 ล้านคัน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้นมาจากปัจจัยสำคัญหลายด้าน ทั้งจากนโยบายภาครัฐที่ผลักดันและส่งเสริมการผลิต ทั้งภาคเอกชนที่ร่วมลงทุน และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญของโลก

ในปี พ.ศ. 2550 ได้รับการผลักดันภายใต้ชื่อโครงการ Detroit of Asia และเป็นที่มาของโครงการรถยนต์ขนาดเล็กประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล หรือ อีโคคาร์ (EcoCar) ซึ่งสามารถผลักดันให้เป็นนโยบายให้การส่งเสริมการลงทุน นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ในการยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรด้วยโครงการความร่วมมือกับญี่ปุ่น การยกระดับความสามารถด้านมาตรฐาน และการทดสอบ รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในปี พ.ศ. 2555 อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีกำลังการผลิตรถยนต์รวมกว่า 2 ล้านคัน เป็นช่วงที่อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้น มาจากหลากหลายปัจจัย ทั้งนโยบายด้านต่าง ๆ ของภาครัฐ ที่ให้การส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการตอบรับและขยายการลงทุนของภาคเอกชน ขณะเดียวกับที่เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวตลอดช่วงที่ผ่านมา กำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นของประชาชนส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจจากยานยนต์โลก (อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย, 2561 : เว็บไซต์)

2. ความสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์

อุตสาหกรรมยานยนต์จัดเป็นอุตสาหกรรมในระดับต้นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาด้านเทคโนโลยียานยนต์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยประเทศไทยมีนโยบายด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 จากเป้าหมายในอดีต เพื่อลดการนำเข้า

ในช่วงปี พ.ศ. 2520-2540 ด้วยการส่งเสริมการลงทุน การสร้างมูลค่าเพิ่มในประเทศ และพัฒนาความสามารถในการผลิตเพื่อส่งออก ประเทศไทย เริ่มมีนโยบายเปิดเสรีทางการค้า และเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) และร่วมลงนามข้อตกลง

เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area - AFTA) จนถึงปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคการค้าเสรีอย่างเต็มตัว จากการเติบโตของเศรษฐกิจและภาคอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องของไทย และภูมิภาคเอเชีย ทำให้คาดว่าปี พ.ศ. 2561 ตลาดรถในประเทศเริ่มกลับมาฟื้นตัว (กรมการขนส่งทางบก, 2557 : เว็บไซต์)

ความสามารถในการผลิตรถของประเทศไทยรวมแล้วมากกว่า 3 ล้านคันต่อปี ซึ่งเป็นผลโดยตรงจากการส่งเสริมการผลิตอีโคคาร์ในช่วงเวลา ก่อน แต่ยังคงได้ใช้จริงเพียง 2 ใน 3 เท่านั้น เนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ด้วยความที่ตลาดในประเทศซบเซา ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดของรถยนต์ในประเทศ ทั้งกลุ่มตลาดรถยนต์นั่ง และรถกระบะ โดยเฉพาะในกลุ่มรถยนต์นั่ง จากเดิมส่วนแบ่งการตลาดที่ 3 ที่ผู้เล่นรายใหญ่เคยครองอยู่นั้นรวมกันเกือบร้อยละ 80 แต่ล่าสุดตกลงมาเหลือเพียงร้อยละ 70 ผู้ประกอบรถยนต์จึงหันไปพึ่งพาการส่งออกมากขึ้น แต่พบว่า การทำเช่นนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากตลาดปลายทางต่างประเทศวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม แม้การส่งออกจะอยู่ในสถานะที่ค่อนข้างน่าเป็นห่วง แต่ในทางตรงกันข้ามกับปีที่แล้ว การขยายตัวของการส่งออกชิ้นส่วนรวมเครื่องยนต์มีมูลค่ามากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของโรงงานชิ้นส่วนในไทยกับโรงงานประกอบรถยนต์แห่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในอาเซียนและภูมิภาคอื่น ดังนั้นประเทศไทยจึงเป็นผู้ส่งออกชิ้นส่วนที่สำคัญให้กับโรงงานประกอบรถยนต์ที่มีอยู่ทั่วโลก (โกญจนาท เกื่อนมูลแสน, 2561 : เว็บไซต์) มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) จากทั้งผู้ประกอบรถยนต์ และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยกระดับความสามารถ ในการแข่งขันของการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย ประกอบกับการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศที่เป็นตลาดใหม่ และเป็นประเทศคู่แข่ง อย่างเช่น จีน อินเดีย อินโดนีเซีย เป็นต้น และความต้องการของตลาดทั่วโลกมีแนวโน้มให้ความสำคัญ ด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มีความเข้มงวดและมีข้อกำหนดด้านมาตรฐาน เทคนิคและความปลอดภัยในตัวรถยนต์และชิ้นส่วนที่ใช้ในรถยนต์ที่สูงขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาเทคโนโลยียานยนต์ นอกจากนี้ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับสภาวะแวดล้อมจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาวะในการแข่งขัน ปัจจัยสภาวะแวดล้อมจะเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญต่อการพัฒนา และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์มากกว่า 100 ปี จนประสบความสำเร็จและได้เป็นฐานการผลิตของภูมิภาคเอเชีย (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศกระทรวงการต่างประเทศ, 2560 : เว็บไซต์)

จากการประกาศแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ พ.ศ. 2560-2564 ที่เน้นความสำคัญด้วยกลยุทธ์หลัก จาก 3 ความเป็นเลิศ และ 2 สิ่งแวดล้อมเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ดี คือ 3 Center of Excellences (COEs) + 2 Environments (ENVs) โดย 3 ความเป็นเลิศ และ 2 สิ่งแวดล้อม คือ (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559 : เว็บไซต์)

1. ความเป็นเลิศในด้านเทคโนโลยี การวิจัย และพัฒนา (Technology Excellence, Research and Development) เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนในการยกระดับความสามารถการแข่งขัน โดยสิ่งที่เป็นตัวชี้วัดได้ระดับหนึ่ง คือ ปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) ลดลง และรถยนต์มีมาตรฐานความปลอดภัยที่มากขึ้น

2. ความเป็นเลิศในด้านการพัฒนาบุคลากร (Human Resources Development) เพื่อยกระดับความสามารถของบุคลากรในระดับแรงงานฝีมือ ระดับหัวหน้างาน ระดับวิศวกร ทดสอบและวิจัยพัฒนา ตลอดจนผู้บริหาร ให้มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มสูงขึ้น สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและผลิตรายมากขึ้น ปัจจุบันนี้มีแรงงานในภาคอุตสาหกรรมยานยนต์เพียง 7 แสนคน แบ่งเป็นแรงงานต่างด้าว ร้อยละ 15-20 แต่ก็ยังขาดแคลนแรงงานอีกกว่า 2 แสนคน

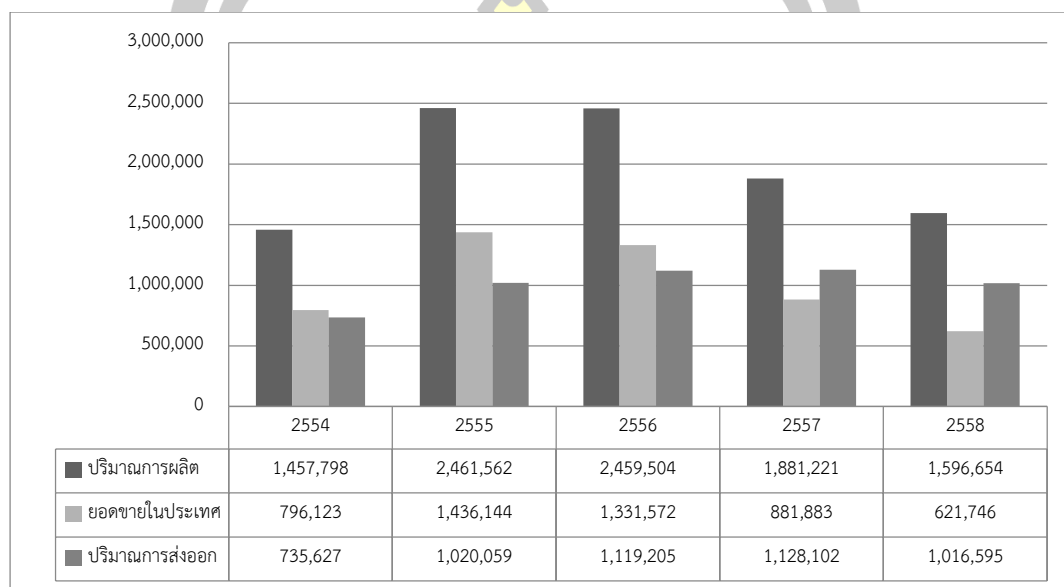
3. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Strength Enhancement) เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนด้านการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน จากการมีผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีประสบการณ์ในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มายาวนาน โดยเน้นในเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตรายในการบริหารการผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตที่สะอาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการเชื่อมเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมยานยนต์ ให้ที่มีเอกภาพในการพัฒนาขีดความสามารถ การแข่งขันร่วมกันสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน

4. การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดีด้วยปัจจัย โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เพื่อให้สามารถมุ่งสู่ความเป็นเลิศตามแม่บทนั้น การมีสิ่งแวดล้อมที่ดีเป็นตัวช่วยในการพัฒนา โดยอาศัยกลไก การสนับสนุนจากภาครัฐร่วมมือกับภาคเอกชน และมีความต้องการจากภาคเอกชนเป็นปัจจัยสนับสนุนในการดำเนินการ

5. การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดีด้วยกฎระเบียบนโยบายภาครัฐ (Policy Integration) เป็นแรงขับเคลื่อนในด้านการสร้างความได้เปรียบ ตลอดจนการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย และการสนับสนุนการสร้างตราสินค้าของไทยให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลก ในด้านคุณภาพ และมาตรฐานสากล

พูน ปรณ ทิโต ชิว

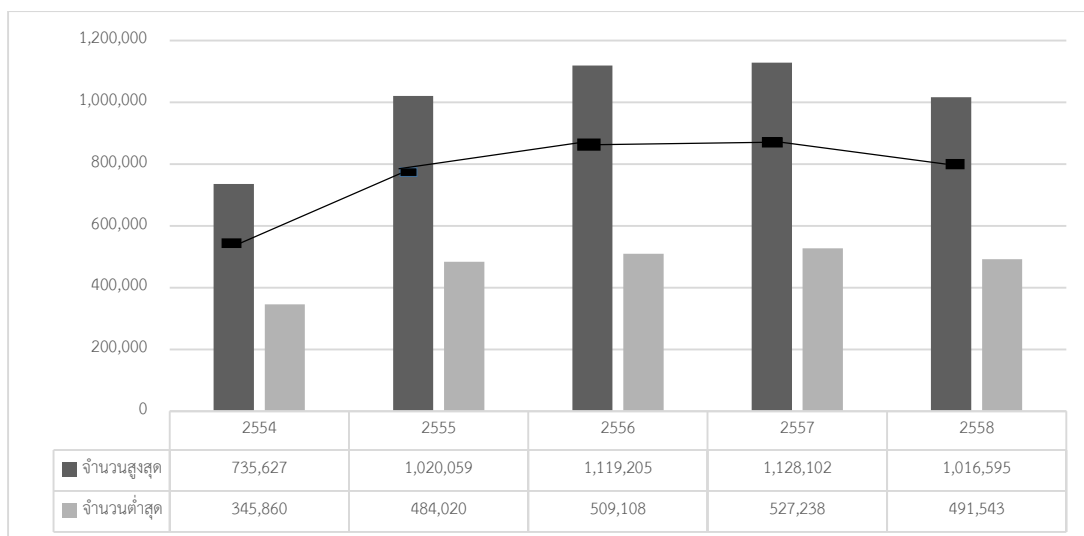
จากภาพประกอบ 1 ในปี พ.ศ. 2554-2558 จะเห็นได้ว่า ยอดขายรถยนต์
ภายในประเทศสูงกว่าปริมาณการส่งออก ในขณะที่ปริมาณการส่งออกในปี พ.ศ. 2557
เพิ่มสูงขึ้นมากกว่ายอดขายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2558 (มกราคม - ตุลาคม) ประเทศไทยมีการผลิต
รถยนต์ จำนวน 1,596,654 คัน ยอดขายรถในประเทศจำนวน 621,746 คัน และปริมาณการส่งออก
จำนวน 1,016,595 คัน (ศูนย์สารสนเทศยานยนต์สถาบันยานยนต์, 2558 : เว็บไซต์)



ที่มา : ศูนย์สารสนเทศยานยนต์สถาบันยานยนต์ (2558 : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 1 ปริมาณการผลิตจำหน่ายยอดขายในประเทศและปริมาณการส่งออกรถยนต์
ของประเทศไทย (คัน)

จากภาพประกอบ 2 ในปี พ.ศ. 2554-2557 มีปริมาณและมูลค่าส่งออกยานยนต์
เพิ่มมากขึ้น แต่ในปี พ.ศ. 2558 ลดลงจากปี พ.ศ. 2557 โดยที่จำนวนสูงสุดจะอยู่ที่ ปี พ.ศ. 2557
คือ 1,128,102 ล้านบาท และต่ำสุดจะอยู่ที่ปี พ.ศ. 2554 จำนวน 345,860 ล้านบาท
(ศูนย์สารสนเทศยานยนต์สถาบันยานยนต์, 2558 : เว็บไซต์)



ที่มา : ศูนย์สารสนเทศยานยนต์สถาบันยานยนต์ (2558 : เว็บไซต์)

ภาพประกอบ 2 ปริมาณและมูลค่าส่งออกยานยนต์ไทย ปี 2554-2558 (ม.ค - ต.ค)
(ล้านบาท)

ตาราง 1 มูลค่าการส่งออกรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ทั่วโลกปี พ.ศ. 2554-2558

ปี พ.ศ.	ประเทศ ออสเตรเลีย	ประเทศ อินโดนีเซีย	ประเทศ มาเลเซีย	ประเทศ ญี่ปุ่น	ประเทศ ซาอุดี อาราเบีย	รวมมูลค่าการ ส่งออก (ล้านบาท)
2554	77,797.1	61,428.4	33,639.3	37,832.1	25,742.2	511,503.6
2555	115,203.8	92,714.8	48,795.7	51,231.7	38,654.0	707,712.2
2556	133,642.4	74,163.6	46,172.1	40,520.4	45,978.4	738,111.1
2557	127,594.1	64,533.8	51,062.9	42,224.3	51,796.6	789,234.8
2558	158,381.1	50,267.0	49,409.5	43,455.0	51,094.5	863,828.4
รวม	612,618.5	343,107.6	229,079.5	215,263.5	213,265.7	3,610,390.1

ที่มา : กระทรวงอุตสาหกรรม (2559 : เว็บไซต์)

จากตาราง 1 ตลาดส่งออกสำคัญของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของ
ไทย ตามส่วนแบ่งการตลาดในปี พ.ศ. 2554-2558 ได้แก่ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น
และซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ โดยมีมูลค่าการผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และการส่งออก ทำให้
เกิดมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 ที่มีมูลค่าเพียงร้อยละ 10 ของ

ผลิตภัณฑ์ ซึ่งในจำนวนผลิตทั้งหมดเป็นตลาดส่งออกมากกว่า 50% ของยอดการผลิตทั้งหมด เครื่องยนต์ มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 3.6 หมื่นล้านบาท ชิ้นส่วนรถยนต์อื่น ๆ มีมูลค่าการส่งออกเกือบ 2 แสนล้านบาท และอะไหล่รถยนต์ มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 3.3 หมื่นล้านบาท รวมมูลค่าส่งออกรถยนต์มากกว่า 8 แสนล้านบาท มีการจ้างงานกว่า 7 แสนคน จากจำนวนการผลิตรถยนต์รวมทุกประเภท มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมเฉลี่ย 9 แสนล้านบาทต่อปี (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2561 : เว็บไซต์)

ในปี พ.ศ. 2558 มีการเปิดเข้าสู่การค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทย มีการผลิตรถยนต์เพิ่มขึ้น 3 ล้านคัน แต่หากมีการนำชิ้นส่วนมาประกอบจะไม่เป็นการสร้างมูลค่าภายในประเทศ ดังนั้น อุตสาหกรรมของประเทศไทย คือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มั่นคง และมีความสามารถในการแข่งขันต่อการแข่งขันโลกที่สูงขึ้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศ จะต้องมีความสามารถในการบริหารต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น และเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559 : เว็บไซต์)

3. ลักษณะการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย แบ่งลักษณะการประกอบการธุรกิจ ได้ดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการธุรกิจชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ สามารถจำแนกตามวัตถุดิบในการผลิตสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1.1 ชิ้นส่วนอะไหล่ที่ทำจากโลหะ เช่น คอมเพรสเซอร์ มือจับ กระชากล้อ เป็นต้น

3.1.2 ชิ้นส่วนอะไหล่ที่ทำจากยาง เช่น ยางขอบกระจกรถยนต์ ยางรีดน้ำ ยางรองแท่นเครื่องยนต์ ประเก็นโอริง ซิลยางที่ใช้ประกอบระบบงานเครื่องยนต์และท่อน้ำของยานยนต์ เป็นต้น

3.1.3 ชิ้นส่วนอื่น เช่น กลุ่มพลาสติก ไฟเบอร์ และกระจก เป็นต้น

เงื่อนไขธุรกิจ การผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัว และเติบโตตามอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญที่สามารถเพิ่มการลงทุนจากต่างชาติได้

3.2 โครงสร้างธุรกิจ สำหรับธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ในประเทศไทยที่พบโดยทั่วไป ส่วนใหญ่จะเป็นการลงทุนโดยชาวต่างชาติ สามารถแบ่งโครงสร้างธุรกิจได้ 3 ประเภท ดังนี้

3.2.1 กลุ่มผู้ผลิตที่เป็นผู้ร่วมทุนกับบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทต่างชาติอื่นที่เป็นเจ้าของเทคโนโลยี

3.2.2 กลุ่มผู้ผลิตไทยที่ประกอบการโดยได้รับความช่วยเหลือทางเทคนิคการผลิตหรือลิขสิทธิ์ในการผลิตจากบริษัทในญี่ปุ่น หรือบริษัทต่างชาติอื่น

3.2.3 กลุ่มผู้ประกอบการไทยซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตอะไหล่เพื่อทดแทน

3.3 ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ยานยนต์ สามารถแยกประเภทการผลิตได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1 ประเภทการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับโรงงานผู้ผลิตรถยนต์ (Original Equipment Manufactures หรือ OEM) แบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

3.3.1.1 กลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับโรงงานผู้ผลิตรถยนต์โดยตรง (First Tier Suppliers) เป็นกลุ่มผู้ลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่

3.3.1.2 กลุ่มที่รับช่วงการผลิตชิ้นส่วนให้กับกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนป้อนโรงงานรถยนต์โดยตรง (Second Tier Suppliers) ส่วนใหญ่ เช่น กลุ่มผู้ผลิตคนไทยซึ่งเป็นผู้ประกอบการ SMEs เป็นต้น

3.3.2 ประเภทการผลิตชิ้นส่วนอะไหล่เพื่อการทดแทนชิ้นส่วนที่เสีย หรือสึกหรอเพื่อป้อนให้กับร้านจำหน่ายอะไหล่ ศูนย์บริการ หรืออู่ซ่อมรถทั่วไป (Replacement Equipment Manufactures หรือ REM) ผู้ผลิตกลุ่มนี้หลายรายเป็นผู้ผลิตสำหรับตลาด OEM ชิ้นส่วนอะไหล่เพื่อการทดแทน แบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้

3.3.2.1 อะไหล่แท้ เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ที่บริษัทผู้ผลิตผลิตเอง หรือจ้างผู้ผลิตโดยกำหนดมาตรฐานและคุณภาพผ่านการตรวจสอบรับรองคุณภาพและมีเครื่องหมายการค้า

3.3.2.2 อะไหล่เทียม เป็นชิ้นส่วนอะไหล่ที่ผลิตขึ้นโดยไม่มีเครื่องหมายการค้า อาจนำชิ้นส่วนที่ใช้แล้วมาปรับปรุงและจำหน่ายอีกครั้ง คุณภาพจะต่ำกว่ามาตรฐาน

ปัจจุบันการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์ยานยนต์ในประเทศไทยมีการผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ ดังนี้
ตัวเครื่องยนต์ ตัวถังรถยนต์ ระบบช่วงล่าง ระบบไฟฟ้า ระบบเบรกและครัช อุปกรณ์เสริมตกแต่ง และอุปกรณ์บังคับ ระบบพวงมาลัย อุปกรณ์พลาสติกและกระจกรถยนต์ และระบบขับเคลื่อน และถ่ายถอดกำลัง (สำมะโนธุรกิจอุตสาหกรรม, 2555 : เว็บไซต์)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ

1. ความหมายการบริหารความเป็นเลิศ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายของการบริหารและ ความหมายของความเป็นเลิศ พร้อมทั้งได้สรุปความหมายของการบริหารความเป็นเลิศ ดังนี้

1.1 ความหมายของการบริหารได้มีนักวิชาการให้นิยามความหมายการบริหาร ดังนี้

พชนี นนทศักดิ์ และคณะ (2552 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารดำเนินการ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

พิชานันท์ มหาคาลมงคล (2553 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานให้สำเร็จลุล่วงโดยมีการร่วมมือกัน ประสานงานระหว่างผู้บริหาร บุคลากร และทรัพยากรที่มีอยู่ มาดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้มีการกำหนดกันไว้ตั้งแต่เบื้องต้น

วิเชียร วิทยอุดม (2554 : 2-12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การบริหารตามสถานการณ์ มีการนำแนวคิดแบบดั้งเดิมมาเป็นแนวคิดในการจัดการเชิงพฤติกรรมมาใช้ในการบริหาร โดยใช้การจัดการคุณภาพโดยรวมและมุมมององค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าเป็นระบบหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยจะเป็นตัวกำหนดถึงกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานทั้งระบบ เพื่อให้ผู้บริหารมีการพิจารณาในการตั้งเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่มีความยืดหยุ่นของผลลัพธ์ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ใช้ตัดสินการอยู่รอดขององค์กร

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2555 : 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงาน หรือปฏิบัติงานขององค์กร นำมาใช้เพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์หรือจุดหมายปลายทางที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปรีชา แดงโรจน์ (2556 : 306) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการดำเนินงานของฝ่ายบริหารในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร ในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

Pride (2007 : 172) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการในการประสานงานของทรัพยากรมนุษย์ และทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

Bernardin (2012 : 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

Baye (2014 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะในการทำสิ่งต่าง ๆ ให้ได้รับการกระทำจนเป็นผลสำเร็จ กล่าวคือ ผู้บริหารมิใช่ผู้ปฏิบัติ แต่เป็นผู้ใช้ศิลปะทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานจนสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่ผู้บริหารตัดสินใจเลือกแล้ว

Harold & Heinz (2015 : 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการออกแบบ และรักษา ซึ่งสภาพแวดล้อมของบุคคลากรในการทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

Pearce (2015 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน และวัสดุสิ่งของเป็นอุปกรณ์ในการบริหารงาน

จากความหมายของการบริหาร สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการในการบริหารทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทุน พร้อมทั้งรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างสะดวก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ความหมายของความเป็นเลิศได้มีนักวิชาการให้นิยามความหมายความเป็นเลิศดังนี้

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง ยอดดีหรือยอดเยี่ยมในทางใดทางหนึ่งเป็นพิเศษ

คมสัน สุริยยะ (2553 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง สถานภาพที่เป็นนามธรรม และมนุษย์แต่ละคนตีความไปได้แตกต่างกัน บางคนเห็นว่าความสงบสุขและสมดุล คือ ความเป็นเลิศ บางคนเห็นว่าความก้าวหน้าไปถึงจุดจุดหมาย คือ ความเป็นเลิศ บางคนเห็นว่าการได้ยืนอยู่ในตำแหน่งที่สูงที่สุด คือ ความเป็นเลิศ บางคนเห็นว่าเพียงแค่การได้เข้าไปอยู่ในวงการชั้นนำของโลกก็ถือว่าเป็นเลิศ

บุญชม ศรีสะอาด (2556 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับองค์การความเป็นเลิศ ซึ่งแนะนำว่างานจะสำเร็จ คือ ทำหน้าที่

บุศริน คุ่มเมือง (2556 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคล กลุ่มบุคคล จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกหรือผลประโยชน์ที่เอื้อให้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นของลูกค้าตามมาตรฐานขององค์กร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

อัจฉริยา ศักดิ์รินทร์ (2556 : 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง ระดับความสามารถของบริการที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการส่งมอบที่มีคุณภาพ และรวดเร็วทันเวลา สามารถแก้ไขปัญหาร้องเรียนต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

Deporter (2000 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง การทำทุกอย่างที่มุ่งคุณภาพสูงสุด ยอดเยี่ยม มีคุณค่า และคุ้มค่า เมื่อองค์กรทำสิ่งใดด้วยความเป็นเลิศ จะได้ผลลัพธ์ที่ดีกลับมา

Morriss (อ้างถึงใน อัจฉริยา ศักดิ์รินทร์, 2556 : 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง การบริหารที่มีคุณค่าและประสพการณ์สูง ทุกวัน ทุกเดือน ทุกปี และตลอดไป ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ก็ต้อง มีกระบวนการที่เชื่อได้ว่าจะได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูง

Medhurst & Richards (อ้างถึงใน บุศริน คุ่มเมือง, 2556 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นเลิศ หมายถึง องค์กรที่มุ่งมั่นยกระดับคุณภาพผลผลิต หรือวิธีการผลิต และลงมือปฏิบัติงานให้ทันเวลาอย่างต่อเนื่อง โดยไม่เสียเวลาในการถกเถียงกันภายในองค์กร เพราะการผลิตไม่ทันเวลาจะมีผลเสียมากกว่าผลดี

จากความหมายของความเป็นเลิศที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของความเป็นเลิศ หมายถึง องค์กรที่มุ่งมั่นยกระดับคุณภาพในความสามารถของบริการที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย องค์กรมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการส่งมอบที่มีคุณภาพ และรวดเร็วทันเวลา สามารถแก้ไขปัญหาหรือเรียนต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

การบริหารความเป็นเลิศ จากความหมายที่กล่าวมา สามารถสรุปความหมายของการบริหารความเป็นเลิศ หมายถึง กระบวนการจัดการองค์กรเพื่อยกระดับคุณภาพในการดำเนินงาน ตั้งแต่ การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร การออกแบบงานให้เกิดความประสานร่วมมือระหว่างกับ และการวัดประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม และการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและสามารถดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตามความคาดหวังจนทำให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพคุ้มค่าที่สุด

2. ความสำคัญของการบริหารความเป็นเลิศ

ในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดีให้มีประสิทธิภาพสูงสุด จากอดีตจะพบว่า ผู้บริหารที่ขาดความรู้ ขาดประสบการณ์ ในการทำงานมีโอกาสที่จะทำให้ผิดพลาดสูง จนทำให้องค์กรเกิดปัญหาถึงขั้นร้ายแรงได้ ดังนั้น ทั้งความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ ในการบริหารจัดการนั้นมีความสำคัญต่อผู้บริหาร และองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้บริหารในธุรกิจทุกธุรกิจจะให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการในองค์กร ในทุกด้าน เพื่อที่ผลการดำเนินงานขององค์กรจะบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเพื่อแก้ไขหรือช่วยบรรเทาปัญหาจากความผิดพลาดในอนาคต โดยมีลักษณะสำคัญดังนี้ (พัชรา หาญเจริญกิจ, 2556 : เว็บไซต์)

2.1 การบริหารคนเดียวในองค์กร (Division of Labor) เพื่อลดปัญหาความขัดแย้งของผู้บริหารและเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจในการดำเนินงานต่าง ๆ

2.2 มีการกำหนดมาตรฐานทำงานที่ชัดเจน (Standardization) องค์กรจำเป็นต้องสร้างเครื่องมือสำคัญ คือ การประเมินผลการทำงานขึ้นมาใช้วัดและประเมินบุคคล ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานจะเป็นข้อมูลที่ต้องนำไปใช้ในการพิจารณาการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน เป็นต้น

2.3 มีเอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) คือ การที่ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีอำนาจในการสั่งงาน สามารถตัดสินใจได้โดยไม่ต้องผ่านกรรมการหรือตัวแทนอื่น

2.4 มีการกระจายอำนาจและความรับผิดชอบให้แก่ผู้ร่วมงาน (Delegation of Authority and Responsibility) คือ การประสานงานอย่างไม่เป็นทางการก่อน เพื่อลดปัญหาการโต้เถียงกัน

2.5 มีการแบ่งฝ่ายงานและบุคลากรผู้รับผิดชอบให้แก่ผู้ร่วมงานให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น (Division of Labor) คือ การคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน เพื่อเข้าทำงานตามตำแหน่งที่เหมาะสมกับความสามารถ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาในการทำงานได้

2.6 มีการกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจน (Span of Control) คือ การกำหนดมาตรฐานการทำงานที่ชัดเจนจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง การเปรียบเทียบผลงานที่ทำได้กับที่ควรจะเป็นมีความชัดเจนมากขึ้น มองเห็นแนวทางในการพัฒนาและปฏิบัติงานให้เกิดผลได้มากขึ้น

2.7 เปิดโอกาสให้มีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ในองค์กร (Flexibility) เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใหม่จากบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกันในแต่ละสายงาน เพื่อนำความคิดเห็นที่น่าสนใจมาปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขภายในองค์กร

2.8 สามารถทำให้คนในองค์กรเกิดความรู้สึกอบอุ่นและปลอดภัย (Security) องค์กรส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร การที่องค์กรให้ความสำคัญกับบุคลากร จะส่งผลให้บุคลากรเกิดความมั่นใจ หรืออาจเป็นความรู้สึกที่ดีในการทำงานจะส่งผลทำให้มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเป็นเลิศ

ความเป็นเลิศไม่ว่าจะเป็นความเป็นเลิศในเรื่องอะไรก็ตาม นิยามความเป็นเลิศไม่แตกต่างกัน ส่วนที่แตกต่างกัน คือ สิ่งที่ต้องการให้มีความเป็นเลิศ เช่น ความเป็นเลิศในด้านนวัตกรรม ความเป็นเลิศในด้านวิชาการ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อกล่าวถึง การบริหารความเป็นเลิศจึงเกี่ยวข้องกับการบริหารให้องค์กรประสบผลสำเร็จ มีกำไรเพิ่มขึ้น สามารถรักษาลูกค้าเก่า ตลอดจนเพิ่มลูกค้าใหม่ คือ หลักสำคัญในการบริหารความเป็นเลิศ ซึ่งมีหลายแนวคิดและแนวทาง ซึ่งยกตัวอย่าง เช่น

3.1 แนวคิดการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Approach)

แนวคิดการบริหารตามสถานการณ์เป็นแนวคิดหนึ่งของการศึกษาแนวคิดการจัดการ และได้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายของนักบริหารในปัจจุบัน สมมติฐานสำคัญของแนวคิดนี้ คือ องค์กรแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน ทั้งองค์ประกอบสภาพแวดล้อม หรือสถานการณ์ปัญหาที่เผชิญอยู่ ซึ่งการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และรูปแบบการบริหารที่เหมาะสม และผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด โดยเป็นการผสมผสานแนวคิดระหว่างระบบปิดและระบบเปิด และยอมรับหลักการของทฤษฎีระหว่างทุกส่วนของระบบจะต้องสัมพันธ์ และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน ดังนั้น การบริหารองค์กรจึงจำเป็นเรื่องของการทำให้องค์กรแต่ละแห่งสามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด โดยใช้ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาในการพิจารณาด้วย โดยเน้นให้ผู้บริหารรู้จักใช้การพิจารณาความแตกต่างที่มีอยู่ในหน่วยงาน เช่น ความแตกต่างระหว่างบุคคล ความแตกต่างระหว่างระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการ และการควบคุมงาน ความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร หรือ ความแตกต่างระหว่างเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร เป็นต้น ซึ่งการปรับปรุงรูปแบบของการจัดองค์กรภายในของแต่ละองค์กรให้เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลขององค์กร โดยพยายามมุ่งค้นคว้า หารูปแบบบริหารการตัดสินใจที่มีความสามารถในการยืดหยุ่น (Flexibility) และมีการปรับตัวได้สูง (Adaptable) ของแต่ละองค์กร (วิเชียร วิทยอุดม, 2554 : 2-13)

ดังนั้น การบริหารตามสถานการณ์จึงเป็นการใช้กลยุทธ์ตามสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจเจอ ซึ่งผู้บริหารต้องมีรูปแบบบริหารการตัดสินใจที่มีความสามารถในการยืดหยุ่น และมีการปรับตัวได้สูง จึงจะสามารถตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้

3.2 กระบวนการบริหาร

จากแนวคิดและทฤษฎีของ Luther Gulick ได้อธิบายกระบวนการบริหารว่า ประกอบด้วย (วันชัย มีชาติ, 2552 : 27-29)

3.2.1 การวางแผน เป็นการคิดวางแผนโครงการหรือกิจกรรม เพื่อเตรียมตัวก่อนปฏิบัติงานเพื่อที่การดำเนินงานจะสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 การจัดองค์การ เป็นการกำหนดโครงสร้างองค์การโดยที่ดูความเหมาะสมกับงาน เช่น การแบ่งงานเป็นแผนก โดยจัดตามลักษณะของงาน

3.2.3 การจัดบุคลากรปฏิบัติงาน เป็นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.4 การอำนวยการ เป็นการใช้ศิลปะในการบริหารงาน เช่น ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษย์สัมพันธ์ (Human Relations) และการจูงใจ (Motivation) เป็นต้น

3.2.5 การประสานงาน เป็นการประสานงานในส่วนต่าง ๆ ของกระบวนการทำงาน ให้มีความต่อเนื่องกัน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

3.2.6 การรายงาน เป็นขั้นตอนที่แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาได้รับรู้ถึงผลการปฏิบัติงาน

3.2.7 งบประมาณ เป็นการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการวางแผน การทำบัญชี และการควบคุมทางการเงิน

3.3 แนวคิดความเป็นเลิศ

ปีเตอร์ และวอร์เตอร์แมน (1982) ทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ความเป็นเลิศ และต่อมาได้มีการพัฒนาผลการวิจัยเป็นรูปแบบการบริหารที่เป็นเลิศ เรียกว่า “McKinsey 7-S Model” ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ (สมาน อัครภูมิ, 2559 : 5)

3.3.1 โครงสร้างการจ้ดองค์การ (Structure) หมายถึง โครงสร้างการจ้ดองค์การเป็นแบบใด กลุ่มงานเป็นอย่างไร ใครขึ้นตรง และรายงานต่อใคร รวมถึงขนาดการควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร การแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า และตามภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม

3.3.2 ยุทธศาสตร์องค์การ (Strategy) หมายถึง แผนในการรักษาจุดยืนและเป็นจุดแข็งขององค์การ เพื่อชนะคู่แข่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ช่วยสนับสนุนให้องค์กรมีขีดความสามารถเหนือคู่แข่ง

3.3.3 ระบบการทำงาน (Systems) หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการดำเนินงานที่บุคลากรในองค์การใช้ในการดำเนินงานประจำวันเพื่อให้งานสำเร็จ ยังรวมถึงเรื่องระบบการบริหารจัดการ และระบบการปฏิบัติงาน

3.3.4 แนวการบริหาร (Style of Management) หมายถึง แบบภาวะผู้นำที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารงาน ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูง จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานภายในองค์กร มากกว่าคำพูดของผู้บริหาร

3.3.5 ทักษะงาน (Skills Corporate Strengths) หมายถึง ความสามารถในการทำงานของบุคลากรในองค์การ ว่ามีความเชี่ยวชาญหรือมีความชำนาญในด้านใด

3.3.6 บุคลากร (Staff) หมายถึง บุคลากรและความสามารถทั่วไปของบุคลากร

3.3.7 ค่านิยมร่วมกัน (Shared Values) หมายถึง เป้าหมายสูงสุดในการตั้งองค์การ ซึ่งเป็นค่านิยมหรือคุณค่าที่องค์การกระทำที่สะท้อนจากวัฒนธรรมและจริยธรรมขององค์การ

โดยสรุป องค์การที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศต้องใส่ใจ และสร้างขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานขององค์การมุ่งสู่ความเป็นเลิศ

4. องค์ประกอบของการบริหารความเป็นเลิศ

จากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การบริหารความเป็นเลิศ เป็นกระบวนการบริหารที่มุ่งเน้นการบริหาร การวางแผน การปฏิบัติงานต่าง ๆ กลยุทธ์ต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ โดย ผู้วิจัยได้ประยุกต์จาก เส้นทางของการสร้างองค์กรแห่งความเป็นเลิศ ของสุกัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณธ์แสง (2552 : 147) ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ (Leadership) นวัตกรรม (Innovation) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

4.1 ความเป็นผู้นำ (Leadership)

4.1.1 ความหมายของความเป็นผู้นำ (Leadership)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมายของความเป็นผู้นำ ไว้ดังนี้

ธวัช บุญยมณี (2550 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง การกระทำระหว่างบุคคล โดยบุคคลที่เป็นผู้นำจะใช้อิทธิพล (Influence) หรือการดลบันดาลใจ (Inspiration) ให้บุคคลอื่น หรือกลุ่ม กระทำหรือไม่กระทำบางสิ่งบางอย่าง ตามเป้าหมายที่ผู้นำกลุ่ม หรือองค์กรกำหนดไว้

เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2552 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง บุคคลที่มีความสามารถในการบังคับบัญชาบุคคลอื่นโดยได้รับการยอมรับ และยกย่องบุคคลอื่นไว้วางใจ และให้ความร่วมมือ ความเป็นผู้นำมีหน้าที่ในการสั่งการบังคับบัญชา เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2553 : 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความตั้งใจ หรือความสามารถในการเป็นผู้นำของกลุ่มคน ปกครอง รวมถึงการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ เป้าหมาย วิธีการทำงาน ให้ผู้ใต้บังคับบัญชา หรือทีมงาน ปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น เต็มประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง การสร้างการเปลี่ยนแปลงให้มีประสิทธิภาพ สามารถ กำหนดทิศทางการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน และมีความมุ่งมั่นต่อการสร้างภาพใหม่ขององค์กร

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง พลังชนิดหนึ่งที่สามารถส่งแรงกระทำอันก่อให้เกิดการขับเคลื่อนกลุ่มคน และระบบ องค์กรไปสู่การบรรลุเป้าประสงค์

อนุชิต อนุสวัสดิกุล (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง การที่ผู้นำใช้อิทธิพลหรืออำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ต่อผู้อื่น ในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

Lambert (2003 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความเป็นผู้นำ มีนัยอยู่ 3 ประการ คือ 1) ผู้นำต้องทำอะไร 2) เพื่อให้เกิดกิจกรรมใด หรือทำกิจกรรมกับใคร และ 3) เพื่อนำกิจกรรมนั้นไปสู่เป้าหมายอะไร

Fiedler (2010 : 16) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ซึ่งมีบุคคลหนึ่งคอยอำนวยความสะดวก ประสานงานและดูแลควบคุมคนอื่น ๆ ในการปฏิบัติงานร่วมกัน

Dubrin (2011 : 54) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความเป็นผู้นำที่มีอยู่หลากหลายจำนวนมาก จะเปลี่ยนไปตามยุคสมัยในอดีต ความหมายของความเป็นผู้นำในอดีตจะเกี่ยวข้องกับคำสำคัญ (Key words) อยู่ 3 คำ คือ Interpersonal ซึ่งแปลว่า ระหว่างบุคคล (Between Persons) หมายถึง ผู้นำจะต้องมีผู้ตาม หรือผู้ใต้บังคับบัญชามากกว่า 1 คน Influence หมายถึง อำนาจ (Power) ที่ส่งผลกระทบต่อผู้อื่น ซึ่งได้แก่ ผู้ตาม หรือผู้ใต้บังคับบัญชา และ เป้าหมาย (Goal) หมายถึง จุดหมายสุดท้ายที่ผู้นำต้องการ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้นำ ต้องดิ้นรนต่อสู้ทุกวิถีทางเพื่อให้ไปสู่จุดหมายนั้น ๆ ให้ได้ แต่ในยุคปัจจุบัน ความหมายของความเป็นผู้นำจะเกี่ยวข้องกับคำศัพท์ 3 คำ คือ ความสัมพันธ์ หมายถึง ความเกี่ยวข้องกันและกัน ซึ่งกันและกัน หมายถึง การมีส่วนแบ่งปันกันและกัน และผู้ร่วมแรงร่วมใจ หมายถึง การที่ผู้ร่วมงานร่วมมือ หรือร่วมใจกันทำงาน

Daft (2011 : 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลระหว่างผู้นำ (Leader) และผู้ตาม (Follower) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้บรรลุจุดหมายร่วมกัน (Share Purpose)

Stogdill (2011 : 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเป็นผู้นำ หมายถึง การมีความริเริ่มในงาน การเป็นผู้นำต้องมีความคิดริเริ่มกระตือรือร้นหาทางบำรุงรักษากิจการที่ปฏิบัติการที่สำคัญของผู้นำ

จากความหมายของความเป็นผู้นำที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของความเป็นผู้นำ หมายถึง บุคคลที่ได้รับการยอมรับและมีความสามารถในการชักนำ จูงใจ ชี้นำ ใช้ อิทธิพล หรืออำนาจที่มีอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกไว้วางใจ และยินดีที่จะกระทำตาม การชักจูงของบุคคลที่ตนเองยอมรับ เพื่อที่จะให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.1.2 ลักษณะของความเป็นผู้นำ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2552 : 4-6)

4.1.2.1 ด้านการกำหนดทิศทางการทำงาน (Providing Direction) คือ ความเป็นผู้นำ และการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางองค์กร แต่แตกต่างกันในแง่ที่ว่า การจัดการเน้นที่การสร้างรายละเอียดของแผนงาน และตารางการทำงาน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จโดยมีการจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารเพื่อให้ทำงานได้สำเร็จ แต่ความเป็นผู้นำที่มีทิศทาง หมายถึง การมีวิสัยทัศน์ไปสู่อนาคต และการพัฒนาในระยะเวลาอันยาวไกลในการกำหนดกลยุทธ์ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต วิสัยทัศน์ คือ ภาพแห่งความกระตือรือร้นในความปรารถนาขององค์กร ในอนาคต

การจัดการในองค์กรเกี่ยวข้องกับโครงสร้างการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามแผนการ การจัดคนเข้าทำงานตามโครงสร้าง และการกำหนดนโยบาย กฎระเบียบ ระบบการทำงาน การปฏิบัติงาน และการประเมินการทำงาน แต่ความเป็นผู้นำเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เพื่อให้ทราบวิสัยทัศน์ และทำให้เป็นความจริง ความเป็นผู้นำจึงเกี่ยวข้องกับความพยายาม ทำให้ทุกคนตรงไปสู่วิสัยทัศน์ในทิศทางเดียวกันในเส้นทางเดียวกัน และความคิดเดียวกัน

4.1.2.2 ด้านการทำงาน ผู้บริหารจะจัดการแบ่งหน้าที่การทำงานให้แต่ละบุคคลตามแผนกต่าง ๆ และลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชา แต่ผู้นำไม่ได้หมายถึงเช่นนั้น แต่ผู้นำหมายถึง การทำให้พนักงานรู้ว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ และจะทำอย่างไรให้งานที่ทำอยู่นั้นง่ายขึ้น และต้องมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนร่วมในการทำงานกันเป็นทีม และทุกคนมีความเท่าเทียมกันในผลงานได้เท่า ๆ กัน ส่วนในด้านของการสั่งการ และควบคุมพนักงาน ผู้นำเกี่ยวข้องในด้านการช่วยผู้อื่นให้บรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ ในขณะที่การจัดการ คือ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ความเป็นผู้นำเกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่เข้าถึงผู้อื่นในการร่วมกันแก้ไขปัญหา การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น การร่วมมือกัน มีการทำงานเป็นทีม และทุกคนต่างเข้าใจในวิสัยทัศน์ร่วมกัน

4.1.2.3 ด้านความสัมพันธ์ (Relationships) ในด้านความสัมพันธ์การจัดการ จะเน้นที่การใช้เครื่องมือการสื่อสาร และการรายงาน ส่วนผู้นำเน้นที่การจูงใจ และกระตุ้นบุคคล ในขณะที่ความสัมพันธ์ทางการจัดการ เน้นที่อำนาจหน้าที่ที่เป็นทางการ ความสัมพันธ์ของผู้นำจะเน้นที่ความมีอิทธิพลส่วนบุคคล การใช้อำนาจตามหน้าที่ หมายถึง การเขียน หรือการพูด เพื่อให้ผู้อื่นยอมรับทั้งในเชิงบังคับ และไม่บังคับ เพื่อให้มีพฤติกรรมเป็นที่ยอมรับในการบรรลุผลที่พึงพอใจ แต่ผู้นำที่อยู่บนพื้นฐานของอิทธิพล ซึ่งไม่ใช้การบังคับเลย ผู้ตามจะได้รับมอบอำนาจในการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ผู้นำจะมีหน้าที่เพียงกระตุ้น และสร้างความท้าทายในงานมากกว่าที่จะผลักดันให้พนักงานไปสู่เป้าหมายเอง บทบาทของผู้นำที่ดี คือ การกระตุ้นให้พนักงานใช้พลัง และแรงจูงใจของตน เพื่อให้เป็นผลสำเร็จ ซึ่งจะมีค่ามากกว่าการให้รางวัลตอบแทน

4.1.2.4 ด้านคุณสมบัติของส่วนบุคคล (Personal Leadership Qualities)

ผู้นำมีคุณสมบัติมากกว่าทักษะในการทำงาน รวมถึงความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์ ผู้นำจะเชื่อมโยงจิตใจในการคำนึงถึงผู้อื่น และการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้อื่น ผู้บริหารมีหน้าที่ในการวิเคราะห์ปัญหา และแก้ไขปัญหาอย่างตรงจุด ผู้นำจะยอมรับความผิดเมื่อเกิดความผิดพลาด และยอมกล้าที่จะเสี่ยง แม้จะเกิดความผิดพลาดขึ้น รับฟังผู้อื่น ใฝ่หาใจผู้อื่น และเรียนรู้จากผู้อื่น

4.1.2.5 ด้านผลการทำงาน (Performance) ความแตกต่างระหว่าง

การจัดการ และความเป็นผู้นำเกิดผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการจัดการมีความคงที่ คาดคะเนได้ เป็นไปตามคำสั่ง และมีประสิทธิภาพ แต่การจัดการที่ดีช่วยให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จในระยะสั้น อย่างต่อเนื่อง และเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ถือหุ้น แต่ความเป็นผู้นำ คือ ความคิดริเริ่มในการเปลี่ยนแปลง คาดคะเนไม่ได้ เพราะเป็นสิ่งที่ท้าทาย ผู้นำที่ดีจะทำคุณค่าอย่างสูงสุดแก่องค์กร เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ที่ทำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ เกิดขึ้น และขยายตลาดเพิ่มขึ้น

4.1.3 ประเภทของผู้นำ

นักวิชาการได้มีการแบ่งประเภทของความเป็นผู้นำออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (ชาลวชัย อาจินสมาจาร, 2554 : 1-13)

4.1.3.1 ความเป็นผู้นำตามลักษณะ (Trait Leadership) เป็นการศึกษาลักษณะคุณสมบัติที่โดดเด่น แนวทางความเป็นผู้นำตามลักษณะสันนิษฐานว่าคนบางคนเป็นผู้นำโดยธรรมชาติ ซึ่งมีลักษณะบางอย่างที่คนอื่น ๆ ไม่มี ทฤษฎีลักษณะแสวงหองศ์ประกอบที่แน่นอนที่ผู้นำแสดงออกในความพยายามพิสูจน์ว่าตนเป็นผู้นำ ตั้งแต่เกิด เช่น คุณลักษณะทางกาย บุคลิกภาพ พื้นฐานเดิม ทางสังคม ความสามารถ และทักษะของบุคคล

4.1.3.2 ความเป็นผู้นำเชิงอำนาจและอิทธิพล (Authoritative and Influence Leadership) ทฤษฎีอำนาจและอิทธิพล อธิบายความมีประสิทธิภาพความเป็นผู้นำในรูปของปริมาณ และประเภทของอำนาจที่ผู้นำมี และวิธีที่ใช้อำนาจ

4.1.3.3 ความเป็นผู้นำเชิงอำนาจ (Authoritative Leadership) อำนาจมีความสำคัญไม่เพียงแต่สร้างอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาเท่านั้น แต่อำนาจก็ยังสร้างอิทธิพลกับกลุ่มเพื่อน หัวหน้างาน และคนภายนอกองค์กร ซึ่งอำนาจจะขึ้นอยู่กับมุมมองที่บุคคลอื่นมองผู้นำ

4.1.3.4 ความเป็นผู้นำโดยการสร้างอิทธิพล (Influence Leadership) เป็นความสามารถในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเจตคติ และการกระทำของคนอื่น ๆ การสร้างอิทธิพลอาจเป็นไปโดยทางอ้อมหรือทางตรง สร้างอิทธิพลกับผู้อื่นโดยไม่ได้ตั้งใจ เช่น ผู้นำทำทรงผมใหม่ สวมชุดใหม่ หรือซื้อรถยนต์คันใหม่ อาจสร้างอิทธิพลต่อใครบางคนให้เห็น และเลียนแบบทรงผมหรือซื้อสูท หรือรถยนต์ที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ในกลุ่มผู้นำสามารถสร้างอิทธิพลต่อสมาชิกโดยทางอ้อมด้วยการเป็นแบบของบทบาท

4.1.3.5 ความเป็นผู้นำเชิงพฤติกรรม (Behavioral Leadership) ความเป็นผู้นำเชิงพฤติกรรมสันนิษฐานว่า มีรูปแบบที่เด่นชัดที่ผู้นำที่มีประสิทธิผลใช้อย่างสม่ำเสมอ รูปแบบพื้นฐาน 2 รูปแบบ ได้แก่ เผด็จการ และประชาธิปไตย โดยความเป็นผู้นำแบบเผด็จการ คือ ผู้นำแบบเผด็จการแบบใช้อำนาจและตำแหน่ง เพื่อบังคับการตัดสินใจของผู้นำต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้ร่วมงานแค่ทำตามคำสั่ง ไม่สามารถให้คำแนะนำ และอาจถูกตำหนิถ้าให้คำแนะนำ ส่วนความเป็นผู้นำแบบประชาธิปไตย คือ ผู้นำแบบประชาธิปไตยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของเพื่อนในกลุ่มเพื่อการตัดสินใจ แต่ละบุคคลจะได้รับการยอมรับจากผู้นำ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มทำงานได้สำเร็จ

4.1.3.6 ความเป็นผู้นำเชิงสถานการณ์ (Situational Leadership) ความเป็นผู้นำที่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามเหตุการณ์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่ม โดยผู้นำต้องใช้ความสามารถต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ ความมั่นใจ แรงจูงใจ เป็นต้น มาชักจูงให้ผู้ใต้บังคับบัญชาไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

4.1.3.7 ความเป็นผู้นำตามประเพณี (Traditional Leadership) ความเป็นผู้นำตามประเพณีเป็นความเป็นผู้นำตามวัฒนธรรม วิธีในการสรุปความเป็นผู้นำ คือ องค์กรจะต้องทำตามประเพณีที่เคยทำมา เช่น การที่ใครอยากเป็นหัวหน้าจะต้องเล่นเกม เป็นต้น การเข้าใจวัฒนธรรมองค์กร เป็นสิ่งสำคัญต่อความมีประสิทธิภาพของความเป็นผู้นำ ในบางวัฒนธรรม ผู้นำอาจเป็นคนที่ฉลาดที่สุด พุดเก่งที่สุด ทำงานหนักที่สุด หรือแต่งตัวดีที่สุด

4.1.3.8 ความเป็นผู้นำแบบลักษณะรวม (Combination Leadership) ความเป็นผู้นำแบบลักษณะรวม คือ การรวมรูปแบบความเป็นผู้นำประเภทก่อน ๆ มารวมกัน ได้แก่ ความเป็นผู้นำแบบเผด็จการ ความเป็นผู้นำแบบประชาธิปไตย และความเป็นผู้นำแบบประเพณี โดยจะรวมข้อดีของแต่ละแบบไว้ เช่น การรับฟังผู้อื่น การสั่งโดยใช้อำนาจผู้นำเป็นหลัก แต่ปรับไปตามประเพณีขององค์กร

4.2 นวัตกรรม (Innovation)

4.2.1 ความหมายของนวัตกรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรมไว้ดังนี้

ณัฐยา สินตระกาลผล (2550 : 35) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การผสมผสานการรวบรวม หรือการสร้างสรรค์ความรู้ที่ไม่เคยมีมาก่อน ที่มีความเกี่ยวข้อง และเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์กระบวนการ หรือบริการใหม่

ทศนา แคมมณี (2551 : 418) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การทำขึ้นใหม่ หรือ สิ่งที่ทำขึ้นใหม่ ได้แก่ แนวคิด แนวทาง ระบบ รูปแบบ วิธีการ กระบวนการ สื่อ และเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งได้รับการคิดค้นและจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อช่วย แก้ปัญหาต่าง ๆ

นภดล เหลืองภิรมย์ (2555 : 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การทำสิ่งใหม่ขึ้นมา หรือการเสนอบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่ เช่น แนวความคิดใหม่ วิธีการใหม่ เครื่องมือใหม่ เทคนิคใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่สู่สังคม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม และยังนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ มาผนวกกับ ความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่ การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การกระทำหรือสิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิม ซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรือ อุปกรณ์ เป็นต้น

Ralph (อ้างถึงใน นพดล เหลืองภิรมย์, 2555 : 14) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การรวบรวม การผสมผสาน หรือ การสร้างสรรค์ความรู้ที่ไม่เคยมีมาก่อนที่มีความเกี่ยวข้อง และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการใหม่

Gebauer, Hagen, & Bernhard (2012 : 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง 1) เป็นสิ่งใหม่ และเพิ่มเติมขอบเขตของสินค้าและบริการ และตลาด 2) เป็นวิธีการใหม่ของการผลิต จัดส่ง และการจัดจำหน่าย และ 3) เป็นการเปลี่ยนแปลงในการจัดการ โครงสร้างการทำงาน และเงื่อนไขการทำงานและทักษะแรงงาน

Hughes (อ้างถึงใน ศูนย์นวัตกรรมภาครัฐ, 2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การนำวิธีการใหม่ ๆ มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลอง หรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่ การคิดค้น (Invention) พัฒนาการ (Development) ซึ่งอาจจะเป็นไปในรูปของโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำไปปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

Morton (อ้างถึงใน ศูนย์นวัตกรรมภาครัฐ, 2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การทำให้ใหม่ขึ้นอีกครั้ง (Renewal) ซึ่งได้แก่ การปรับปรุงของเก่าและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ นวัตกรรมไม่ใช่ การขจัด หรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุงเสริมแต่ง และพัฒนาเพื่อความอยู่รอด

Matthew (อ้างถึงใน ศูนย์นวัตกรรมภาครัฐ, 2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงแนวคิดอย่างถาวร การเปลี่ยนแปลงให้ใหม่ขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้เป้าหมายของระบบบรรลุผล

จากความหมายของ นวัตกรรม ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของ นวัตกรรม หมายถึง การรวบรวม การผสมผสาน หรือการสร้างสรรค์ความรู้ จนกลายเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ โดยสิ่งใหม่เป็นได้ทั้งสินค้า บริการ และกระบวนการทำงาน ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้สูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้

4.2.2 ความสำคัญของนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นเรื่องที่ได้รับ ความสนใจมานาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมของมนุษย์ นวัตกรรมมีความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน นวัตกรรมยังมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในอดีตนักวิชาการหลายคนเชื่อว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นรากฐานสำคัญของขบวนการจัดการนวัตกรรม รวมไปถึงการพัฒนาขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ หน่วยวิเคราะห์ในเรื่องความคิดสร้างสรรค์มีหลายระดับ ครอบคลุมตั้งแต่ ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคลทำงานเป็นทีม องค์กร ประเทศ ภูมิภาค และระดับนานาชาติ ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ มีตั้งแต่ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยา ทฤษฎีจิตวิทยาสังคม ทฤษฎีองค์การ ทฤษฎีทางด้านสังคมวิทยา ทฤษฎีทางด้านมนุษยวิทยา และทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยมีบริบทของทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ตลอดจนบริบททางด้านการพัฒนาเศรษฐกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง เห็นได้ว่า แนวความคิดสร้างสรรค์มีขอบเขตค่อนข้างกว้าง และมีความสัมพันธ์กับการสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรมตามความเชื่อในอดีต ตลอดจนไปถึงการสร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า นวัตกรรมมีความสำคัญต่อโครงสร้างอุตสาหกรรม การผลิต และการบริการ ตลอดจนโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ที่เกิดจากนวัตกรรมใหม่ ๆ ปรากฏการณ์ที่เห็นได้ชัดเจนในยุคอุตสาหกรรมครั้งที่หนึ่งและครั้งที่สอง กลุ่มประเทศที่มีการปฏิวัติอุตสาหกรรมได้ใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองระดับโลกอย่างชัดเจน จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า นวัตกรรมมีส่วนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพิ่มพูนความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

นวัตกรรมยังมีความสำคัญทั้งในระดับบริษัท นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลกำไร การเติบโต และส่วนแบ่งตลาด ดังจะเห็นได้จากบริษัทที่มีนวัตกรรมสูงเป็นบริษัทที่มีรายได้และผลกำไรสูง รวมถึงมีการเติบโตสูง และประสบความสำเร็จมากกว่าบริษัทที่ไม่มีนวัตกรรม นอกจากนี้บริษัทที่มีนวัตกรรมจะมีความสามารถในการแข่งขันสูง ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าบริษัทที่ไม่มีนวัตกรรมอีกด้วย แต่นวัตกรรมก็ไม่ได้เป็นตัวรับรองความสำเร็จ เช่น บริษัท Würth ผลิตอุปกรณ์ไขควง และน็อตสกรูในประเทศเยอรมนี เป็นบริษัทที่มีรายได้สูง ทั้งที่ไม่ได้ผลิตสินค้าเทคโนโลยีสูง ในขณะที่บริษัทที่มีนวัตกรรม และแข่งขันได้สูง ก็ไม่จำเป็นต้องใช้นวัตกรรมที่มีราคาแพง เช่น บริษัทในประเทศจีน ผลิตสินค้าต้นทุนต่ำ ทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน เน้นที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน โดยที่ยังคงต้นทุนต่ำไว้ได้ นวัตกรรมก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากผลิตภัณฑ์ใหม่ยังช่วยสร้างรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดแล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ยังเป็นความสามารถสำคัญในการปรับตัว กับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

นอกจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แล้ว นวัตกรรมกระบวนการก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้ได้เปรียบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมใหญ่ของญี่ปุ่นนั้นมีความสามารถในการแข่งขันสูงเนื่องจากมีนวัตกรรมของกระบวนการผลิต ตัวอย่างเช่น ระบบการผลิตรถยนต์ของโตโยต้า มีนวัตกรรมกระบวนการผลิตและการจัดการวัสดุตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานยังช่วยให้โตโยต้ามีประสิทธิภาพในการผลิตสูง สำหรับธุรกิจบริการ นวัตกรรมกระบวนการช่วยให้บริการมีคุณภาพสูงขึ้น รวดเร็วขึ้น และถูกลง ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญสำหรับการแข่งขันในธุรกิจบริการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, 2554 : 6-7)

4.2.3 ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรมตามเป้าหมายของนวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553 : 54-55) ได้แก่

4.2.3.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การพัฒนา และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็นผลิตภัณฑ์ (Outputs) ขององค์กร หรือธุรกิจ โดยอาจจะอยู่ในรูปของตัวสินค้า (Goods) หรือการบริการ (Services) และตัวแปรหลักที่สำคัญของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มี 2 ตัวแปร คือ 1) โอกาสทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง องค์กรความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ และกระบวนการที่จะทำ ให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นได้ และ 2) ความต้องการของตลาด หมายถึง ความต้องการของผู้ใช้ ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น และพร้อมที่จะซื้อหรือใช้ และส่งผลทำให้ผู้เป็นเจ้าของ นวัตกรรมได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสังคม เช่น บริษัท แอปเปิ้ล ที่ได้มีการพัฒนานวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบและการสื่อสารที่เรียกว่า iPod จนทำให้สามารถเป็นที่ต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้รูปแบบ และวิถีการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ และได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างมากมาย เป็นต้น

4.2.3.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ส่งผลให้กระบวนการผลิต และการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างชัดเจน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมกระบวนการ เป็นเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงในองค์กร ไม่ว่าจะ เป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์การ ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนา นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ให้ไปถึงมือผู้บริโภค หรือผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์การมากที่สุด แม้ว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะถูกมองเห็นได้ชัดเจนมากกว่า แต่นวัตกรรมกระบวนการก็มีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน ในการที่จะทำให้องค์กรหรือธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ โดยนวัตกรรมกระบวนการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของการควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรม หรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบ เช่น ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลิตผล (Outputs) เช่น บริษัท วอลท์มาร์ต ที่ดำเนินธุรกิจค้าปลีก ที่สามารถพัฒนาระบบการกระจายสินค้า และการบริหารต้นทุนการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง และสามารถครองตลาดค้าปลีกในประเทศจีนที่มีกำลังซื้อมหาศาล เป็นต้น

4.2.4 กระบวนการจัดการนวัตกรรม

กระบวนการจัดการนวัตกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วง คือ ช่วงเตรียมการ (Preparation) ช่วงดำเนินการ (Operation) และช่วงการนำไปสู่ตลาด (Market Entry) (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2558 : 112-114) ดังนี้

4.2.4.1 ช่วงที่ 1 ช่วงเตรียมการ (Preparation) เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มดำเนินการในการสร้างนวัตกรรม ในช่วงนี้มีกระบวนการหลัก ประกอบด้วย 3 กระบวนการ ได้แก่

(1) การสร้างความคิด (Ideas Generation) เป็นกระบวนการในการสร้างความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม และกำหนดเป้าหมายของแต่ละความคิด

(2) การออกแบบวิจัยเพื่อดำเนินการ (Research Design) เป็นการออกแบบกระบวนการวิจัยอย่างคร่าว ๆ ว่าต้องมีการดำเนินการอย่างไรบ้างใช้ความรู้ด้านใดบ้าง ในการเปลี่ยนจากความคิดสร้างนวัตกรรมให้สามารถเป็นจริงได้

(3) การประเมินความเป็นไปได้และเลือกความคิดที่เหมาะสม (Evaluation and Selection) เป็นกระบวนการประเมินและเลือกความคิดในการดำเนินการ เนื่องจากทรัพยากรขององค์กรมีจำกัด ดังนั้น จึงไม่สามารถดำเนินการในทุกความคิด การสร้างสรรค์นวัตกรรมจำเป็นต้องมีการประเมินความเหมาะสมของแต่ละแนวคิด ทั้งในประเด็นของความเป็นไปได้ ความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลัก และความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

สุดท้ายของการดำเนินการช่วงนี้ คือ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมที่เหมาะสม แนวทาง และแผนการในการดำเนินการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างคร่าว ๆ ที่ประกอบด้วย ผลการประเมิน ความเหมาะสม ระยะเวลา และงบประมาณสำหรับดำเนินการ

4.2.4.2 ช่วงที่ 2 ช่วงดำเนินการ (Operation) เป็นช่วงของการดำเนินการ โดยใช้วิธีที่แตกต่างกันในการสร้างนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 2 กระบวนการ ได้แก่

(1) การวิจัยและพัฒนา ในกระบวนการนี้องค์กรสามารถดำเนินการเองหรือจ้างหน่วยงานภายนอกพัฒนา ขึ้นอยู่กับองค์กรว่าจะเน้นการวิจัย และพัฒนาภายในองค์กรหรือนำผลจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ กระบวนการวิจัยและพัฒนายังสามารถดำเนินการวิจัย และพัฒนาร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรได้ตามกระบวนการจัดการนวัตกรรมในยุคที่ 5 (Fifth Generation Innovation) ของ Roy Rothwell ซึ่ง Roy Rothwell เป็นนักวิจัยแห่ง SPRU มหาวิทยาลัย Sussex ที่กล่าวว่า รูปแบบของนวัตกรรมจะค่อย ๆ เปลี่ยนจากแนวคิดที่ว่านวัตกรรมเกิดจากแรงผลักดันของเทคโนโลยี หรือเกิดจากความต้องการของตลาด เข้าสู่การผสมผสานระหว่างทั้ง 2 สิ่ง โดยสิ่งแรกที่บริษัทจะต้องทำ คือ ต้องตั้งทีมที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ หลาย ๆ ด้านมาร่วมทีมทำงานกัน (Cross Functional Team) และมีการเชื่อมโยงร่วมมือกับบริษัทอื่น ๆ มากขึ้น

(2) การทดสอบและการประเมินภาพรวม เป็นการประเมินผลของต้นแบบที่ได้รับการวิจัยและพัฒนาในภาพรวม เป็นการทดสอบประสิทธิภาพของต้นแบบผลิตภัณฑ์ หรือตรวจสอบความเหมาะสมของกระบวนการที่พัฒนาขึ้น

ผลลัพธ์ที่ได้จากช่วงนี้ คือ ต้นแบบผลิตภัณฑ์และผลการทดสอบ ซึ่งอาจเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ของการจัดการวิจัย และพัฒนา

4.2.4.3 ช่วงที่ 3 ช่วงการนำออกสู่ตลาด (Market Entry) เป็นขั้นตอนที่สร้างความแตกต่างระหว่างการจัดการกระบวนการนวัตกรรม กับการจัดการกระบวนการวิจัย และพัฒนา ประกอบด้วย 2 กระบวนการหลัก ได้แก่

(1) การเข้าสู่กระบวนการผลิต (Production Process) เป็นกระบวนการในการเปลี่ยนต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานจริง เช่น ปรับเปลี่ยนชิ้นส่วนให้มีขนาดเล็กลง ใช้พลังงานลดลง และออกแบบให้มีความสวยงาม ในกระบวนการนี้ องค์กร

จำนวนมากมักมีพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ช่วยสนับสนุนกระบวนการเปลี่ยนต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถจำหน่ายและนำไปใช้งานได้จริง

(2) การนำออกสู่ตลาด (Market Entry) เป็นกระบวนการทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดจำหน่าย หรือการให้บริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับ สามารถสร้างประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้

ผลลัพธ์ในช่วงนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการที่สามารถนำไปใช้ได้จริง หรือก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้ ตลอดจนการยอมรับของตลาดที่สะท้อนถึงความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนวัตกรรมนั้น ๆ

4.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

4.3.1 ความหมายของการจัดการความรู้

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมายของการจัดการความรู้ ไว้ดังนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การนำเอาความรู้มาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ สามารถนำมาเผยแพร่ หรือนำกลับมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุด ต่อการพัฒนาองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างมีระบบเกี่ยวกับการประมวลข้อมูล สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรม และจัดเก็บในลักษณะของแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปันและถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เป็นไปเพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตและองค์กร

กองพัฒนาคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนราชการ ซึ่งกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด

ไพบูลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรนนท์ (2551 : 227) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการอย่างเป็นระบบที่องค์กรพัฒนาขึ้นมาเกี่ยวกับแสวงหา การสร้าง การจัดเก็บ การถ่ายทอด และใช้/แพร่กระจายความรู้ เพื่อพัฒนาให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บุรชัย ศิริมหาสาร (2551: 36) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลเกิดความหมาย กลายเป็นสารสนเทศจากข้อมูล (Data) เป็นสารสนเทศ (Information) ซึ่งจะต้องมีการกลั่นกรอง มีการจัดการกับข้อมูล เพื่อประมวลผล (Processing) ไปสู่สารสนเทศ

Ryoko (อ้างถึงใน นลวิษฐ์ ชุณลา และเกษราภรณ์ สุดตาพงศ์, 2558 : 33) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการเพื่อเอื้อให้เกิดความรู้ใหม่ โดยใช้ความรู้ที่มีอยู่และประสบการณ์ของคนในองค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่จะทำให้มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งทางธุรกิจ

Alavi & Dorothy (2001 : 107) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการเฉพาะที่เป็นระบบ และมีโครงสร้างเพื่อการได้มา รวบรวม และการสื่อสารความรู้ที่ลึกซึ้งซึ่งจับต้องได้ยากของพนักงาน และความรู้ที่ชัดเจนจับต้องได้ง่ายเพื่อให้พนักงานคนอื่น ๆ ได้ใช้ความรู้เหล่านั้นให้เป็นประโยชน์ และเพื่อการมีผลิตภาพที่สูงขึ้นของพนักงาน

Kucza (2001 : 25) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกระบวนการสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ แบ่งปันความรู้ การกำหนดแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่จะส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้น เพื่อบรรลุถึงความต้องการ

Henrie และ Hedgepeth (2003 : 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การจัดการความรู้ หมายถึง การจัดการความรู้เป็นระบบบริหารจัดการทรัพย์สินความรู้ขององค์กรที่เป็นความรู้โดยประสบการณ์ และความรู้ที่เห็นได้อย่างชัดเจน

จากความหมายของการจัดการความรู้ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการจัดการความรู้ที่นำเอาข้อมูลที่อยู่รูปแบบต่าง ๆ เช่น ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล มาประมวลผลให้กลายเป็นสารสนเทศ และจัดเก็บในแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปัน และถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจาย และไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิต และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการจัดการเก็บความรู้เป็นการจัดเก็บทั้งภายในและภายนอกองค์กร

4.3.2 กระบวนการจัดการความรู้แบ่งออกเป็น 6 ประเภท (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2558 : 1-39) ได้แก่

4.3.2.1 การกำหนดความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการกำหนดความรู้ที่มีจะช่วยให้บุคคลในองค์กรสามารถประเมินตนเองได้จากความรู้ที่มี

4.3.2.2 การแสวงหาความรู้จากภายนอก (Knowledge Acquisition) เป็นการแสวงหาความรู้ที่ต้องการจากภายนอกองค์กร ในปัจจุบันการหาความรู้จากภายนอกเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กร

4.3.2.3 การพัฒนา/สร้าง/บูรณาการความรู้ (Knowledge Development /Creation) เป็นการพัฒนาความรู้และนำความรู้ที่ได้มาบริหารให้เกิดประโยชน์ได้ตามความต้องการ การพัฒนาความรู้ จะเน้นที่การพัฒนาทักษะความชำนาญใหม่ และมีกระบวนการที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

4.3.2.4 การถ่ายทอด/แบ่งปัน/กระจาย/เผยแพร่/แลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Transfer/Sharing/Dissemination/Distribution/Exchange) การจัดการความรู้มีพื้นฐานมาจากการถ่ายทอดความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้คนในองค์กรสามารถนำความรู้มาใช้ประโยชน์ได้เพิ่มมากขึ้น และช่วยให้ได้ความรู้ใหม่เพิ่มมากขึ้น

4.3.2.5 การประยุกต์ใช้ความรู้และนำความรู้กลับมาใช้ใหม่ (Knowledge Apply/Utilization/Reuse) การใช้ความรู้เป็นสิ่งที่สำคัญ หากไม่สามารถนำมาใช้ได้ก็ไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ ทั้งสิ้น การใช้ความรู้ และนำความรู้กลับมาใช้ใหม่จำเป็นต้องวางแผนและจัดการ เพื่อให้การใช้ความรู้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม

4.3.2.6 การจัดเก็บ/รักษา/ปรับปรุง/ตรวจสอบความรู้ (Knowledge /Storage/Maintenance/Update/Verification) เป็นการดูแล ปรับปรุง และตรวจสอบความรู้ให้ถูกต้อง กระบวนการนี้เป็นกระบวนการตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งก่อนและระหว่างการจัดเก็บความรู้ ด้วยการจัดเก็บความรู้ทำ เพื่อให้สามารถนำความรู้มาแบ่งปันได้สะดวกขึ้น รวมถึงสามารถนำความรู้กลับมาใช้ประโยชน์ให้กับองค์กร

4.3.3 ขอบเขตการจัดการความรู้

การจัดการความรู้มีขอบเขตที่สำคัญ ได้แก่ (Tannenbaum and Alliger. 2000 : 4-6)

4.3.3.1 เป็นการรวบรวม การกำหนดโครงสร้าง การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูล หรือสารสนเทศ เพื่อนำไปใช้สร้างความรู้ และนำไปใช้อย่างเหมาะสม เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ เพื่อจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3.3.2 เป็นการแบ่งปันความรู้ ถ้าไม่มีการแบ่งปัน การแลกเปลี่ยน

ความพยายามในการจัดการความรู้จะล้มเหลว การปฏิบัติต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ส่งผลอย่างมากต่อการแบ่งปันความรู้ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ทำให้พนักงานเข้าไปมีส่วนร่วมในเครือข่ายของการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และควรได้รับการพิจารณาเพิ่มคุณค่าจากการปฏิบัติดังกล่าว โดยนำไปเชื่อมโยงกับการให้การเลื่อนขั้น และการจ่ายค่าจ้างตอบแทนทุกประเภท

4.3.3.3 การจัดการความรู้ ต้องอาศัยคนที่มีความรู้สามารถแปลความหมาย และใช้สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดสร้างสรรค์ในการพิจารณาว่าจะสามารถรักษาพัฒนาและติดตามคนที่มีความรู้ไว้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้ได้อย่างไร

4.3.3.4 การจัดการความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กร ความพยายามในการประเมินประสิทธิภาพของการจัดการความรู้ จะช่วยให้เกิดความเข้าใจขอบเขตที่จะสามารถจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3.4 หลักการจัดการความรู้ตามแนวคิดของ ฮอบ เจอร์รี่มี และ ฮอบ โทนี่ (วันชัย มีชาติ, 2552 : 74-81) อธิบายหลักการจัดการความรู้ใน 2 มุมมอง ได้แก่

4.3.4.1 The information School คือ การมองการจัดการความรู้ในเชิงของการจัดการข้อมูลข่าวสารในองค์กร ซึ่งขับเคลื่อนโดยใช้โปรแกรมที่สนับสนุนการทำงานเป็นกลุ่มหรือทีม และเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์จากทั่วโลก เป็นแนวคิดการใช้ประโยชน์ความรู้ที่ชัดเจน หรือที่อยู่ในรูปของเอกสารต่าง ๆ ในแง่ของการนำมาวิเคราะห์สถานการณ์ หรือเรียกว่าความรู้ในเชิงวัตถุ โดยมีความเชื่อว่าความรู้เหล่านี้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องได้วิเคราะห์ ตั้งรหัส และถ่ายทอดให้กับผู้อื่น หรือขยายออกไปได้ เพื่อการสร้างประโยชน์ในการแข่งขันเชิงธุรกิจ ดังนั้น หลักการจัดการความรู้ในมุมมองนี้ จึงเน้นการออกแบบ และเข้าถึงความรู้ โดยความรู้จะสามารถเติบโตและพัฒนาได้ เมื่อมีการแบ่งปันหรือถ่ายทอดต่อกัน

4.3.4.2 The Behavioral School คือ การมองถึงการสร้างการเรียนรู้ขององค์กร โดยเกิดจากการพิจารณาปัญหาของการจัดการความรู้ในเชิงระบบ พบว่า ภายในองค์กรเองจะมีวัฒนธรรมต่าง ๆ หลากหลายทั่วองค์กร โดยแต่ละวัฒนธรรมจะมีความรู้ หรือค่านิยมที่ไม่ชัดเจนอยู่ ดังนั้น จึงควรพิจารณาถึงกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร ที่สะท้อนถึงบทบาทของคนในองค์กร ซึ่งคนในองค์กรจะมีการทำงานที่แตกต่างกันไปบนพื้นฐานของแต่ละบุคคล และมีวัฒนธรรมในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และค่านิยมต่าง ๆ หรือเรียกอีกอย่างว่า ชุมชนนักปฏิบัติ

4.4 เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

4.4.1 ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ ไว้ดังนี้

สภากวาร์ตัน จงพัฒนากร (2550 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม (เพื่อการติดต่อสื่อสาร) มาใช้ร่วมกันเพื่อใช้ในกระบวนการรวบรวมข้อมูล จัดหา จัดเก็บ สร้าง และเผยแพร่ระบบสารสนเทศต่าง ๆ ที่มีความถูกต้อง ความแม่นยำ ความรวดเร็วทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ

ไพบูลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรนนท์ (2551 : 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ประกอบขึ้นด้วยระบบจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลระบบสื่อสารโทรคมนาคม และอุปกรณ์สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสารสนเทศที่มีการวางแผนจัดการ และใช้งานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

พลพฐ ปิยะวรรณ และสุภาพร เจริญเยี่ยม (2552 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง อุปกรณ์และเครื่องมือทุกรูปแบบที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการบำรุงรักษาและบริหารจัดการระบบสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับทรัพยากรของกิจการที่ค่อนข้างจะจับต้องได้ มากกว่าระบบสารสนเทศ เช่น ชุดคำสั่ง อุปกรณ์ และเครือข่ายโทรคมนาคม หรือแม้แต่ผู้ให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

พรธณี สวนเพลง (2552 : 83) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประยุกต์เอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาจัดการสารสนเทศที่ต้องการ โดยอาศัยเครื่องมือทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ ประกอบด้วยเทคโนโลยีแกนหลักสองสาขา ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม กระบวนการดำเนินงานจัดการสารสนเทศตั้งแต่การเสาะแสวงหา การวิเคราะห์ การจัดเก็บ การจัดการ และการเผยแพร่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วทันต่อการนำไปใช้ประโยชน์

จรัส อติวิทยาภรณ์ (2553 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้จัดการสารสนเทศเป็นเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การแสดงผลพร้อมทั้งการทำสำเนา และการสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เหมาะสมและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

วัฒนา เอกปมิตรศิลป์ (2559 : 25) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ การรวบรวมการจัดเก็บข้อมูล การประมวลผล การพิมพ์ การสร้างรายงาน การสื่อสารข้อมูล ฯลฯ เทคโนโลยีสารสนเทศจะรวมไปถึงเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดระบบการให้บริการ การใช้ และการดูแลข้อมูล

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2560 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการที่นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ อุตสาหกรรม ส่วนสารสนเทศ หมายถึง ข่าวสาร การแสดง หรือชี้แจงข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ เมื่อ

พิจารณาจากความหมายดังกล่าวของทั้งสองคำนี้ พอจะกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การประยุกต์เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อเท็จจริงเพื่อนำมาแสดงให้เห็นความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

Turban (อ้างถึงใน จรัส อติวิทยาภรณ์, 2553 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การรวมกันของระบบคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ที่ใช้โดยองค์กร หากนิยามให้แคบลง หมายถึง ในด้านเทคโนโลยีของระบบสารสนเทศ รวมไปถึงฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ฐานข้อมูล เครือข่าย และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

Hamidi (อ้างถึงใน จรัส อติวิทยาภรณ์, 2553 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง กระบวนการในการจัดเก็บความรู้และการประยุกต์ใช้ การประมวลผล การถ่ายโอน และการทำข้อมูลให้สามารถนำไปใช้ได้

Rendulic (2011 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อรวบรวม กระบวนการ จัดเก็บ ปกป้อง และการโอนย้ายข้อมูล

Passerini, Tarabishy, & Karen (2012 : 80) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล โดยใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในองค์กร

Deb (2014 : 25) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำเทคโนโลยี ที่ใช้ในการจัดเก็บ และจัดการ มาสร้างเป็นข้อมูล แล้วแจกจ่ายแก่บุคลากร จากความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของ เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้จัดการเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล ประมวลผล และใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ ให้กลายเป็นสารสนเทศที่สามารถใช้งานได้ ซึ่งเทคโนโลยีที่ใช้สามารถนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ทันสมัยมาใช้กับองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กร มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.4.2 ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตอย่างมาก ความจำเป็นที่องค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ต่างก็ต้องปรับตัวในปัจจุบัน โดยการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น องค์กรต่าง ๆ ได้พัฒนาแผนงาน และกลยุทธ์ด้านสารสนเทศ เพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล และเจษฎาพร ยุทธนวิบูลย์ชัย, 2549 : 27) ความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศมีหลายด้าน ได้แก่

4.4.2.1 ความสำคัญต่อการท้าทายของเศรษฐกิจโลก จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะการดำเนินงานขององค์กร เช่น ในอดีตผู้บริโภคจะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการบริโภคเท่านั้น แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการไม่เพียงแต่เฉพาะสินค้า แต่ยังคำนึงถึงการให้บริการที่สะดวก และรวดเร็วอีกด้วย จะเห็นได้ว่ามีธุรกิจจำนวนมากให้บริการส่งสินค้าถึงบ้าน หรือที่ทำงาน และบางธุรกิจเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เป็นต้น การเจริญเติบโตของธุรกิจทำให้ระบบสารสนเทศมีความจำเป็นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อช่วยขยายโอกาสทางเศรษฐกิจ ไม่เพียงแต่เศรษฐกิจระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงเศรษฐกิจระดับโลกด้วย ดังนั้น การที่จะดำเนินงานธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ในตลาดโลกองค์กรจำเป็นต้องมีระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เหมาะสมกับยุคของระบบเศรษฐกิจฐานความรู้

4.4.2.2 ความสำคัญต่อการแข่งขันทางการค้า เนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมที่ไร้ขีดจำกัด การทำธุรกิจมีความเป็นอิสระ และเสรีมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันทางการค้า มีความรุนแรงมากขึ้น และในการที่จะแข่งขันให้ชนะคู่แข่งขั้นได้นั้น เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการแข่งขัน ปัจจุบันองค์กรธุรกิจหลายแห่งพยายามที่จะจัดทำ และบำรุงรักษาระบบฐานข้อมูล เพื่อการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจำหน่าย ซึ่งข้อมูลและสารสนเทศเหล่านี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ โฆษณา และส่งเสริมการขาย

4.4.2.3 ความสำคัญต่อการขยายเครือข่ายทางการค้า การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และวัฒนธรรมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ทำให้การดำเนินงานธุรกิจในรูปแบบต่าง ๆ ต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค ปัจจุบันมีการขยายตลาดไปยังสาขาต่าง ๆ รูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย คือ ธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) และธุรกิจออนไลน์ ในลักษณะของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการค้าสินค้า และทำให้การขยายการบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4.4.2.4 ความสำคัญต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในแต่ละวัน ข้อมูลข่าวสารได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือ เพื่อการสื่อสารในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งทางธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ช่วยให้สารสนเทศกระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว ทำให้องค์กรต่าง ๆ

ได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อการพัฒนากระบวนสารสนเทศให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ให้บริการลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน

4.4.3 ลักษณะของเทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีระบบสารสนเทศในปัจจุบัน ประกอบด้วยระบบต่าง ๆ ดังนี้ ระบบประมวลผลข้อมูล (Data Processing Systems : DPS) ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร (Management Information Systems : MIS) ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ (Decision Support System : DSS) ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารระดับสูง (Executive Information System : EIS) และระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert Systems : ES) ลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของสังคมสมัยใหม่ ได้แก่

4.4.3.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การประกอบการทางด้านธุรกิจ ด้านอุตสาหกรรม และด้านเศรษฐกิจ จำเป็นที่จะต้องหาวิธีเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารเข้ามาช่วยทำให้เกิดระบบอัตโนมัติ เช่น การฝากถอนเงินผ่านตู้เอทีเอ็มได้ตลอดเวลา ธนาคารสามารถให้บริการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในระบบการจัดการทุกแห่งต้องใช้ข้อมูลเพื่อดำเนินการ และตัดสินใจ ธุรกิจจึงใช้เครื่องมือที่ทันสมัยเข้ามาช่วย

4.4.3.2 เทคโนโลยีสารสนเทศ เปลี่ยนรูปแบบการบริการ มีการพัฒนาระบบได้ดีขึ้น การบริการต่าง ๆ จึงเน้นรูปแบบการบริการแบบกระจาย เช่น ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้จากที่บ้านผ่านทางคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

4.4.3.3 เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินการในหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ปัจจุบันทุกหน่วยงานต่างพัฒนาระบบรวบรวมจัดเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในองค์กร เช่น ประเทศไทยมีระบบทะเบียนราษฎร์ ระบบเวชระเบียนในโรงพยาบาล ระบบการจัดเก็บข้อมูลภาษี เป็นต้น ซึ่งองค์กรทุกระดับเห็นความสำคัญที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

4.4.3.4 เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับคนทุกระดับ พัฒนาการทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การทำงานบนคอมพิวเตอร์ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการจัดเก็บภาษีเงินได้ การทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ การใช้อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

4.4.4 ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (จรัส อติวิททยาภรณ์, 2553 : 6-7) ดังนี้

4.4.4.1 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลและระบบคอมพิวเตอร์ โดยบุคคลที่ไม่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นความเสี่ยงกรณีบุคคลที่มีหน้าที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลระบบ และคอมพิวเตอร์ในส่วนที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบ ซึ่งถ้าองค์กรไม่มีวิธีการจัดการและควบคุม ความเสี่ยงเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลและระบบคอมพิวเตอร์ที่รอบคอบและรัดกุม อาจทำให้บุคคลอื่น ล่วงรู้ข้อมูล และอาจนำไปแสวงหาประโยชน์หรือแก้ไขข้อมูลได้

4.4.4.2 ความเสี่ยงเกี่ยวกับความไม่ถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล และ การทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งอาจเกิดจากการถูกเปลี่ยนแปลงแก้ไขโดยบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง หรือมีการบันทึกข้อมูล การประมวลผล และการแสดงผลที่ผิดพลาด โดยอาจมาจากสาเหตุที่องค์กร ไม่ได้ควบคุมระบบไว้อย่างรัดกุม ซึ่งทำให้ข้อมูลอาจถูกแก้ไขโดยบุคคลอื่น

4.4.4.3 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการไม่สามารถใช้ข้อมูลหรือระบบคอมพิวเตอร์ได้ อย่างต่อเนื่อง หรือในเวลาที่ต้องการ ซึ่งอาจทำให้การปฏิบัติงานหยุดชะงัก โดยความเสี่ยงนี้อาจเกิด จากการไม่ควบคุมดูแลการทำงานของระบบคอมพิวเตอร์ และป้องกันความเสียหาย รวมไปถึงไม่มีการสำรองข้อมูล ควรจะจัดให้มีแผนรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน

4.4.4.4 ความเสี่ยงเกี่ยวกับการที่องค์กรไม่ได้จัดให้มีการบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สะท้อนระบบควบคุมภายในที่ดี รวมทั้งไม่ได้จัดให้มีระบบคอมพิวเตอร์ และบุคลากรที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การสนับสนุนการปฏิบัติงาน โดยความเสี่ยงนี้อาจเกิด จากการแบ่งแยกที่ไม่เหมาะสม ซึ่งทำให้ขาดระบบและการตรวจสอบการปฏิบัติงานที่เพียงพอ จากการศึกษาเอกสารและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเป็นเลิศ ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดเรื่อง เส้นทาง ของการสร้างองค์กรแห่งความเป็นเลิศ ของกัญญา ศุภกิจ อำนวย และดุลยปวีณ กรณธ์แสง (2552) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย ความเป็น ผู้นำ (Leadership) นวัตกรรม (Innovation) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และ เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร

1. ความหมายของความสำเร็จขององค์กร

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย ได้มีผู้ให้ความหมายของความสำเร็จขององค์กรไว้ ดังนี้

กนิษฐา ปะบุตร (2550 : 44) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยการกระทำเป็นตัวก่อให้เกิด การบรรลุความสำเร็จเป็นผลลัพธ์ที่อยากให้เกิดขึ้น

พงษ์ศักดิ์ แก้วมีสี (2552 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานขององค์กร ที่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติ ให้เกิดประโยชน์

อาศยา โชติพานิช (2553 : 8) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ผลของความสามารถขององค์กร ในการวางแผนและดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ได้

ณัฐยา สินตระกูลผล (2550 : 20) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารงานที่มีศักยภาพภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การที่องค์กรจะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วย การเลือกคน และเครื่องมือที่ดีที่สุด ลงต้นทุน ลงให้มากที่สุด

สุรสิทธิ์ ลอย (2555 : 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ตามพันธกิจ หรือเป้าหมายขององค์กรได้ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร อย่างมีประสิทธิภาพ

Randeree & Mathews (2011 : 103) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ระบบในการวัดและประเมินกลยุทธ์ขององค์กร และระบบในการบริหารจัดการ ให้เกิดผลประโยชน์กับองค์กรสูงสุด และช่วยลดความเสี่ยงในการใช้ทรัพยากร เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ตามวิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ขององค์กร

Pun & White (2005 : 49-71) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การปฏิบัติงานทั้งงานหลัก และงานสนับสนุน เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และช่วยพัฒนา การดำเนินเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงบูรณาการในหลาย ๆ ด้านให้เป็นหนึ่งเดียว

Lok & Crawford (2004 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ระดับความสำเร็จของเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่เกิดความสำเร็จ

Ertugut & Serhat (2009 : 92) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยเกิดจากการดำเนินธุรกิจ อาศัยความรู้และความสามารถในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าขึ้นไป

Davison (2011 : 103) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย โดยอาศัยการประเมินผลการดำเนินงาน จะช่วยทำให้ธุรกิจมีความสอดคล้องกันในด้านต่าง ๆ และมุ่งเน้นให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กร

จากความหมายของความสำเร็จขององค์กรที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของความสำเร็จขององค์กร หมายถึง เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ภายใต้บริบทสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตามแผนงาน โดยทำให้เป้าหมายที่วางไว้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

2. การประยุกต์ใช้การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ Balanced scorecard (BSC)

การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ เป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จ และประโยชน์ต่อการจัดการทั้งในองค์การภาครัฐและเอกชน อย่างต่อเนื่อง การวัดผลงานเชิงดุลยภาพจะให้กรอบงานและขอบเขตในการสื่อสาร วิสัยทัศน์องค์กร และกลยุทธ์องค์กรด้วยการอธิบายไปตามรูปแบบของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัด รวมถึงเป้าหมายต่าง ๆ ไม่ว่าจะองค์กรใด ๆ จะต้องพยายามค้นหาวิธีการที่ง่ายต่อการปรับเปลี่ยน ให้เกิดเป็นกลยุทธ์ใหม่ และหาวิธีสร้างความยืดหยุ่นในการจัดการกับตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยสรุป การวัดผลงานเชิงดุลยภาพเป็นการวัดผลรอบด้าน คือ การวัดที่ครอบคลุมสิ่งที่เป็นเงินและสิ่งที่ไม่ใช่การเงิน โดยการใช้การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ วัดผลองค์กรจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) และการวัด (Measure) การระบุ (Key Performance Indicators : KPIs) และเป้าหมาย (Target) ดังนี้ (นิรมิต เทียมทัน, 2555 : 20-25)

2.1 วัตถุประสงค์ (Objective) ที่สำคัญของแต่ละบริษัท โดยที่วัตถุประสงค์ตามแนวคิดของการวัดผลงานเชิงดุลยภาพ คือ สิ่งที่ต้องการมุ่งหวัง หรือต้องการที่จะบรรลุในด้านต่าง ๆ ได้แก่

2.1.1 วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านการเงิน เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้ และส่วนผสมของรายได้ การลดลงของต้นทุน และการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์กลยุทธ์การลงทุน

2.1.2 วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านลูกค้า ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การได้ลูกค้าใหม่ และความสามารถทำกำไรจากลูกค้า เป็นต้น

2.1.3 วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านกระบวนการธุรกิจภายใน ได้แก่ กระบวนการที่จะช่วยให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์มุมมองด้านการเงิน เช่น กระบวนการด้านนวัตกรรม ซึ่งเน้นการวิจัยความต้องการของลูกค้า กระบวนการด้านการปฏิบัติการดำเนินงานที่รวดเร็วกับกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

2.1.4 วัตถุประสงค์ที่สำคัญภายใต้มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ได้แก่ การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ การเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถของพนักงาน การมีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และแรงจูงใจของวัฒนธรรมองค์การ

2.2 การวัดผล (Measure หรือ Key Performance Indicators (KPIs) ได้แก่ ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่จะบอกได้ว่า องค์การต้องการบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน ดังนี้

2.2.1 วัตถุประสงค์ในการเพิ่มขึ้นของรายได้ของมุมมองด้านการเงิน ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้แก่ รายได้ที่เพิ่มขึ้นเทียบกับปีที่ผ่านมา

2.2.2 วัตถุประสงค์ในการรักษาลูกค้าของมุมมองด้านลูกค้า ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้แก่ จำนวนลูกค้าทั้งหมด จำนวนลูกค้าที่หายไป (Defection Rate) และดัชนีวัดความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty Index)

2.2.3 วัตถุประสงค์ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพของ มุมมองด้านกระบวนการ ภายในตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้แก่ จำนวนของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิต หรือร้อยละของสินค้าที่ผ่านการตรวจคุณภาพ

2.2.4 วัตถุประสงค์ของการพัฒนาทักษะพนักงานของมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ได้แก่ ระดับความสามารถของพนักงานที่เพิ่มขึ้น (Competencies level) และจำนวนวันในการฝึกอบรมต่อปี

3. ขั้นตอนการนำการวัดผลงานเชิงคุณภาพมาใช้

ประเทศไทยได้นำหลักการของการวัดผลงานเชิงคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน การวัดผลงานเชิงคุณภาพจะให้กรอบงานและขอบเขต ในการสื่อสาร วิสัยทัศน์องค์การ และกลยุทธ์องค์การ ด้วยการอธิบายไปตามรูปแบบของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ และตัววัด รวมถึงเป้าหมายต่าง ๆ การประยุกต์ใช้ BSC ได้นำไปประยุกต์ใช้กับเครื่องมือ ด้านการจัดการอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาบุคลากรที่ยึดสมรรถนะเป็นฐาน (Competency based) จึงกล่าวได้ว่า การวัดผลงานเชิงคุณภาพเป็นชุดของเกณฑ์การควบคุม การดำเนินงานซึ่งเชื่อมโยงกับ กลยุทธ์ขององค์การโดยตรง ได้สรุปขั้นตอนการนำ การวัดผลงานเชิงคุณภาพมาใช้ ดังนี้

3.1 ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) องค์การจะต้องกำหนดให้เห็นชัดเจนก่อนว่า อนาคตต้องการเห็นภาพของธุรกิจเป็นแบบใด โดยกำหนดวิสัยทัศน์ให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และมีความเป็นไปได้

3.2 ขั้นตอนที่ 2 กำหนดมุมมองหรือภาพย่อยของวิสัยทัศน์ (Perspective Setting) เนื่องจากภาพของวิสัยทัศน์เป็นภาพกว้าง ๆ จึงต้องนำมากำหนดภาพย่อยในด้านต่าง ๆ อีกครั้ง เพื่อให้เห็นชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3.3 ขั้นตอนที่ 3 กำหนดกลยุทธ์เพื่อไปสู่วิสัยทัศน์ (Strategy Aims) เป็นการกำหนดเป้าหมายในเชิงตัวเลขที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เพื่อให้เห็นชัดเจนว่า ถ้าต้องการให้ภาพการปฏิบัติในแต่ละด้านประสบความสำเร็จ ต้องพิจารณาว่าผลต่างของเป้าหมายกับความเป็นจริงในปัจจุบันห่างกันมากน้อยเพียงใด

3.4 ขั้นตอนที่ 4 กำหนดปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors) ปัจจัยสู่ความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยสำคัญในแต่ละมุมมองที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้ในแต่ละด้าน (นิรมิต เทียมทัน, 2555 : 20-25)

4. การวัดความสำเร็จขององค์กร

การวัดความสำเร็จขององค์กร คือ การวัดความสามารถขององค์กรตามวิสัยทัศน์ที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งความสำเร็จขององค์กรไม่ใช่ผลการดำเนินงานเพียงอย่างเดียว แต่อาจรวมไปถึงเป้าหมายอื่น ๆ อย่างเช่น ความมีชื่อเสียง การยอมรับของลูกค้า เป็นต้น ดังนั้น การวัดความสำเร็จขององค์กรจึงไม่สามารถใช้ด้านการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมองทั้ง 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา มาวัดความสำเร็จขององค์กร ดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 61-107)

4.1 ด้านการเงิน (Finance Perspectives)

เป็นการวิเคราะห์อัตราดอกเบี้ยและความสามารถในการทำรายได้ หรือกำไร ในการวิเคราะห์ด้านนี้เป็นแนวคิดเดิมของการบริหารเชิงควบคุม โดยการควบคุมทางการเงิน เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการวัดทางการเงินเป็นการบันทึกงานทุกงานในองค์กร องค์กรจะนำมาวิเคราะห์ และสรุปผลการดำเนินงานว่าสามารถทำรายได้ ทำกำไร หรือว่าขาดทุน การพิจารณามุมมองทางด้านการเงิน จะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่

4.1.1 การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) จะพิจารณาและให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของรายได้โดยตรงว่าเพิ่มสูงขึ้นหรือไม่อย่างไร เช่น การเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) การเติบโตของรายได้โดยรวม (Total Revenue Growth) เป็นต้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายได้จะส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของกิจการในภาพรวม รวมถึงความมั่นคงและอยู่รอดได้ในระยะยาวการเพิ่มขึ้นของรายได้ สามารถจำแนกออกเป็น 2 สาเหตุ ได้แก่

4.1.1.1 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากสายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ (Revenue Growth from New Products or Services) จะพิจารณาว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่สามารถสร้างรายได้ให้กับกิจการเท่าใด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้รวมทั้งหมดของกิจการ เช่น รายได้ของสายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ คิดเป็นสัดส่วนหรือร้อยละเท่าใดของรายได้รวมทั้งหมด เป็นต้น นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับประสิทธิผลทางการตลาดจากผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ที่นำออกสู่ตลาดว่ามีประสิทธิผลต่อผลการดำเนินงานโดยรวมของกิจการอย่างไร

4.1.1.2 การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายใหม่หรือตลาดใหม่

(New Customers or New Markets) จะพิจารณาว่า กิจการมีรายได้จากลูกค้ารายใหม่ หรือตลาดใหม่เท่าไร เมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดของกิจการ เช่น การส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายในต่างประเทศ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมในตลาดล่าง ซึ่งในอดีตลูกค้าเป้าหมายเป็นตลาดบน เป็นต้น โดยการคำนวณหาสัดส่วนร้อยละของรายได้ที่เกิดขึ้น จากตลาดต่างประเทศ เปรียบเทียบกับรายได้ทั้งหมดของกิจการ นอกจากนี้ จะต้องพิจารณากำไรที่เกิดจากลูกค้ารายใหม่ หรือตลาดใหม่ด้วยว่า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละเท่าไรของกำไรทั้งหมดของกิจการ เนื่องจากการวัดผลกำไรจะทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการพัฒนาตลาด และลูกค้ารายใหม่ อย่งไรก็ตามในการเปรียบเทียบรายได้และกำไรที่เกิดจากลูกค้าหรือตลาดใหม่ในต่างประเทศ กิจการควรที่จะมีการเปรียบเทียบในรูปของร้อยละมากกว่าจำนวนเงิน เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนอาจมีผลกระทบทำให้สัดส่วนของรายได้และกำไรที่เกิดจากลูกค้า หรือตลาดใหม่ในต่างประเทศเปลี่ยนแปลง

4.1.2 การลดของต้นทุน (Cost Reduction) จะพิจารณาและให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ว่ามีผลทำให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายของกิจการลดลงหรือไม่อย่างไร เช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตและการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งการลดลงของต้นทุนส่งผลต่อศักยภาพในการดำเนินงานของกิจการในปัจจุบันและอนาคต การลดของต้นทุนสามารถจำแนกออกเป็น 2 สาเหตุ ได้แก่

4.1.2.1 การลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายหลักของกิจการ (Reduction of Major Cost and Expenses) จะมีการนำวิธีการของระบบงบประมาณเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และควบคุมค่าใช้จ่าย โดยอาจระบุเป็นจำนวนเงิน หรือเป็นร้อยละ ซึ่งการกระทำดังกล่าว สามารถช่วยลดและควบคุมค่าใช้จ่ายหลักของกิจการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้

4.1.2.2 การลดต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วย (Reduction of Cost per Unit in Production or Operation) จะพิจารณาระบบต้นทุนการผลิตและการดำเนินงาน และทำการวัดต้นทุนการผลิตหรือต้นทุนการดำเนินงานต่อหน่วย เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบและควบคุมการผลิตและการดำเนินงาน

4.1.3 การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement) จะพิจารณาควบคุมประสิทธิภาพ และศักยภาพของพนักงานในการหารายได้โดยเฉลี่ยต่อพนักงาน 1 คน ซึ่งจะใช้ในธุรกิจบริการ หรือธุรกิจที่บุคลากรเป็นส่วนประกอบต้นทุนในการดำเนินงานหลักของกิจการ นอกจากนี้ยังมีการวัดในรูปของกำไรโดยเฉลี่ยต่อพนักงาน 1 คน การวัดทั้งสองรูปแบบจะทำให้กิจการทราบถึงประสิทธิภาพ และความคุ้มค่าของพนักงานในการสร้างรายได้หรือกำไรให้กับกิจการ

4.1.4 การใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น (Asset Utilization) จะพิจารณาประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และการลงทุน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์และการลงทุนของกิจการ นอกจากนี้ ยังสามารถวัดประสิทธิภาพในการลงทุนได้ด้วย เช่น กิจการมีการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้บริการลูกค้าจำนวนมาก ดังนั้น กิจการสามารถวัดประสิทธิภาพของการใช้ประโยชน์จากการลงทุนได้ ดังนี้ 1) จากจำนวนของเงินลงทุนทั้งหมดว่ามีสัดส่วนที่เหมาะสมหรือไม่ 2) จากกำไรของกิจการที่เพิ่มขึ้นต่อเงินลงทุนทั้งหมดว่ามีสัดส่วนที่เหมาะสมหรือไม่ และ 3) จากกำไรของกิจการที่เพิ่มขึ้นจากการลงทุนมีการเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมและคุ้มค่าในการลงทุนหรือไม่ และควบคุมไม่ให้มีการลงทุนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ที่ไม่คุ้มค่า

ดังนั้น ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน หมายถึง การเพิ่มขึ้นของกำไร หรือการลดลงของต้นทุนขององค์กร และเป็นตัวกำหนดถึงการควบคุมในด้านการเงินของธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

4.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives)

คุณค่าและความแตกต่างในมิติมุมมองของลูกค้าจะพิจารณาในแง่ของความต้องการและความพึงพอใจ ความต้องการของลูกค้ามองให้ละเอียดอีกด้านหนึ่ง คือ ผลตอบแทนทางการเงินขององค์กร ดังนั้น การพิจารณามุมมองทางด้านลูกค้าจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่

4.2.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) จะพิจารณาความสามารถในการขายสินค้าว่าสามารถขายได้เท่าใด เมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณสินค้าที่ขายในตลาดทั้งหมด ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นส่วนแบ่งตลาดที่กิจการเข้าไปแย่งชิงจากคู่แข่งได้มากหรือน้อยเพียงใด เช่น บริษัททำการผลิตจักรยานยนต์ขายในประเทศ ความต้องการจักรยานยนต์ของลูกค้าต่อปีเท่ากับ 1,000,000 คัน โดยในปัจจุบันกิจการครอบครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ร้อยละ 50 เป็นต้น ส่วนแบ่งทางการตลาด ช่วยให้กิจการมีความมั่นใจ และเชื่อมั่นในศักยภาพการแข่งขัน สำหรับผลิตภัณฑ์ของกิจการในตลาดรวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะจำหน่ายในอนาคตด้วย

4.2.2 อัตราการซื้อซ้ำ (Customer Retention Rate) จะพิจารณาว่าลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือซื้อสินค้าของกิจการไปแล้วนั้น มีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการของกิจการหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ถ้าลูกค้าที่เคยใช้บริการหรือซื้อสินค้าของกิจการไปแล้วกลับมาใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำอีก แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการของกิจการ เช่น ลูกค้าของบริษัทจักรยานยนต์ซึ่งเคยซื้อผลิตภัณฑ์จากกิจการได้กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ที่บริษัทอีก ในอัตราการซื้อซ้ำร้อยละ 75 นอกจากนี้ ยังแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการด้วย ส่งผลให้กิจการมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และฐานลูกค้าของกิจการจะมั่นคงมากขึ้น เป็นต้น

4.2.3 การเจาะตลาดหรือการหาลูกค้าใหม่ (Market or Customer Acquisition)

จะพิจารณาความสามารถของกิจการในการพยายามเจาะตลาด หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์กับลูกค้ากลุ่มใหม่ เพื่อเป็นการขยายตลาดและฐานลูกค้าของกิจการ นอกจากนี้ จะเป็นการพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีต่อกิจการด้วย ถ้ากิจการสามารถขยายตลาดหรือฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ตลอดเวลา แสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของกิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าหรือบริการของกิจการมากขึ้น เช่น กิจการมียอดขายในปี 2549 จากลูกค้า จำนวน 500 ราย ซึ่งเป็นลูกค้าใหม่ จำนวน 100 ราย แสดงว่า จำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 25 ของลูกค้าเดิม เป็นต้น

4.2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) จะพิจารณาว่าลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าหรือใช้บริการของกิจการแล้ว มีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการของกิจการ มากน้อยอย่างไร ซึ่งกิจการสามารถวัดความพึงพอใจได้หลายลักษณะ เช่น การวัดจากจำนวน การร้องเรียน จากลูกค้าว่ามีมากน้อยเพียงใด การสำรวจทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการของกิจการ ได้แก่ ราคา ความคุ้มค่า ระยะเวลาในการให้บริการ ความทนทาน และรูปแบบ เป็นต้น ปกติกิจการพยายามผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพื่อผลกระทบโดยตรงที่มีต่อยอดขายทำให้กิจการมีรายได้มากขึ้น และกำไรเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า หมายถึง การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการรักษาลูกค้าเดิม และการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ซึ่งการจะเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ได้ต้องมีการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและบริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและประทับใจต่อธุรกิจ

4.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives)

การวัดกระบวนการทำงานภายในเป็นการทำงานวัดการในรูปแบบของความรวดเร็ว ความคล่องตัว ศักยภาพ การปรับตัว ทักษะความสามารถ ความซื่อสัตย์ และบรรยากาศในการทำงาน ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและหุ้นส่วน รวมทั้งบอกศักยภาพของพนักงาน ที่จัดการกับกระบวนการ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกิจกรรมในการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้น การพิจารณามุมมองทางด้านกระบวนการภายใน จะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

4.3.1 ประสิทธิภาพ (Efficiency) จะพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรของกิจการในกิจกรรมทางด้านต่าง ๆ และให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่นำเข้ามาและผลลัพธ์ที่ออกมา ซึ่งการวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยของการประมวลผลในแต่ละคำสั่งซื้อ

ความเร็วในการให้บริการลูกค้า และอัตราในการขนส่งที่ตรงเวลา ซึ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลานี้อาจเป็นปัจจัยที่ทำให้กิจการได้เปรียบการแข่งขัน และประสบความสำเร็จ และกลายเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้กิจการอยู่รอดได้ในระยะยาว เป็นต้น นอกจากนี้ กิจการยังได้มีการพิจารณาจากจำนวนของเสีย หรือของชำรุดเสียหายที่เกิดขึ้น ต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผลิตขึ้นมาได้ เรียกว่าอัตราของเสีย ถ้ากิจการมีอัตราของเสียหรือของชำรุดเสียหายมาก จะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของกระบวนการผลิตไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของกิจการ และส่งผลกระทบต่อมุมมองทางการเงิน

4.3.2 คุณภาพ (Quality) จะพิจารณาว่ากระบวนการหลักของการดำเนินงานภายในองค์กรมีคุณภาพหรือไม่ กิจการสามารถวัดคุณภาพของกระบวนการดำเนินงานภายในได้หลายรูปแบบ เช่น การวัดคุณภาพของการให้บริการสามารถ วัดจากจำนวนลูกค้าต่อพนักงาน 1 คน จะทำให้กิจการทราบว่า พนักงานต้องให้บริการลูกค้ากี่ราย ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานหรือการวัดคุณภาพ หรือศักยภาพทางด้านระบบสารสนเทศของกิจการ สามารถวัดจากอัตราการใช้งานของเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง จะทำให้กิจการทราบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์จำนวนกี่เครื่องต้องรองรับการใช้งานของพนักงานกี่คน ซึ่งจะส่งผลต่อการบริหารที่มีคุณภาพในอนาคต เป็นต้น

4.3.3 นวัตกรรมใหม่ (Innovation) จะพิจารณาถึงการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือสินค้าหรือบริการใหม่ให้กับลูกค้า ซึ่งกิจการจะมีการวัดจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละปี ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น กิจการอาจมีเป้าหมายว่าระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะต้องไม่เกิน 6 เดือน ถ้าเกินกว่า 6 เดือน แสดงให้เห็น ว่ากิจการมีความล่าช้าในการเพิ่มนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการดำเนินงาน ทำให้ความสามารถของกิจการในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าลดน้อยลงได้ส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เป็นต้น

ดังนั้น ความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การดำเนินงานที่รวดเร็วและมีคุณภาพ มีการบริหารจัดการที่สามารถสร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจกับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร

4.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives)

เป็นรากฐานสำคัญในการให้การสนับสนุนต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรสร้างนวัตกรรม และเพิ่มการเติบโต เพื่อเป็นการสร้างมูลค่างานในระยะยาว และความสามารถในการแข่งขัน จากการพิจารณาด้านการเรียนรู้และการพัฒนาขององค์กร มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่

4.4.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พิจารณาถึงการพัฒนาทักษะ และความสามารถของพนักงานให้มีความทันสมัย และก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยการจัดกิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

4.4.2 การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ พิจารณาถึงการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ ที่มาสนับสนุนการปฏิบัติงานขององค์กรนำไปสู่การพัฒนากระบวนการภายในองค์กรที่ดีขึ้น

4.4.3 การพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน พิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของพนักงาน การกล้าแสดงออก และการมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้มากขึ้น เพื่อพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้น่าอยู่มากขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ

ดังนั้น ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา หมายถึง การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ มีวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ เพื่อที่พนักงานจะสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ตั้งไว้ รวมทั้งองค์กรต้องมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคอยู่เสมอ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารถเกิดการเรียนรู้ที่ดีและมีการเรียนรู้ในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาเอกสารและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิด 4 องค์ประกอบหลักของการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ ของ พสุ เดชะรินทร์ (2548) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน (Financial Perspectives) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) และ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives)

พหุ ประถมศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ดวงหทัย ใจภักดี (2560 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการ ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการ ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ และด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จองค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านกำไร ด้านความพร้อม และด้านการบรรลุเป้าหมาย และจากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร โดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้านกำไร และด้านประสิทธิภาพ 2) การจัดการ ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงานมีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร ด้านความพร้อม 3) การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จ องค์กรโดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และด้านกำไร และ 4) การจัดการความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ความสำเร็จองค์กรโดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้านกำไร ด้านความพร้อม และ ด้านประสิทธิภาพ

สมพร วงษ์จำปา (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ การมีนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้านเครือข่ายไร้สาย ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านสื่อจัดเก็บข้อมูลดิจิทัล และด้านมาตรฐานการเชื่อมโยงข้อมูลดิจิทัล และผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการลดต้นทุน ด้านการเพิ่มยอดขาย และด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

กนกอร อ่อนเรือง (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่โดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรอบรู้ ด้านรูปแบบความคิด ด้านวิสัยทัศน์รวม ด้านการเรียนรู้แบบเป็นทีม และด้านการคิดแบบเชิงระบบ และผู้บริหารธุรกิจโรงแรมมีความคิดเห็น ด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

จินตหรา แสงทะรา (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของศักยภาพทางด้าน นวัตกรรมสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหาร สถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพทางด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็น รายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิด ประโยชน์ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านองค์กร และด้านกลยุทธ์และผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กรและด้านการเรียนรู้และ เติบโต

ศักดิ์ดา สมแสน (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของความสำเร็จของ การจัดการความรู้ที่มีต่อการพัฒนาองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ การมีความสำเร็จของการจัดการความรู้โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพลวัต การเรียนรู้ ด้านการปรับเปลี่ยนองค์กร ด้านการเสริมสร้างการเรียนรู้แก่บุคคล และด้านการจัดการ เรียนรู้ และอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการนำเทคโนโลยีไปใช้ และผู้บริหารธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการพัฒนาองค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนากระบวนการ และด้านการเรียนรู้ ขององค์กร ความสำเร็จของการจัดการความรู้มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการพัฒนา องค์กร ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นกับการจัดการ ความรู้ในการบริหารจัดการ การกำหนด กลยุทธ์ การวางแผนทางการจัดการความรู้ ให้สอดคล้อง กับภาวะการแข่งขัน สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรชั้นนำ นำมาซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดในระดับที่เพิ่ม สูงขึ้นและให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Paschek, Ivascu & Draghici (2018 : 182-191) ได้ศึกษา การจัดการความรู้พื้นฐานสำหรับการบริหารกระบวนการทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ พบว่า ในสภาพแวดล้อมในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีความรู้ที่ทันสมัย เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ และสามารถดำเนินธุรกิจได้ ผ่านทางการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องมีการวิเคราะห์อย่างรวดเร็ว เพื่อปรับกระบวนการทำงานและให้ทิศทางที่ดีที่สุดสำหรับบริษัท ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ของข้อมูล เพื่อให้สามารถจัดการกระบวนการใหม่ ๆ ได้อย่างดีที่สุด ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เพิ่มขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการจัดการข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับบริษัท ซึ่งเป็นผลให้มีการจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการจัดการได้ดีขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จขององค์กร

Semuel, Siagian, & Stefanie (2017 : 1157-1158) ได้ศึกษา ผลกระทบของความเป็นผู้นำและนวัตกรรมที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และผลการดำเนินงานของโรงแรมในเมืองสุราบายา ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ความเป็นผู้นำมีผลกระทบโดยตรงกับผลการดำเนินงานของบริษัท และความเป็นผู้นำไม่ส่งผลกระทบทางตรงกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง แต่ความเป็นผู้นำส่งผลกระทบทางอ้อมผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในด้านนวัตกรรม ส่วนนวัตกรรมมีผลกระทบทั้งทางตรงกับทางอ้อม ซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานของโรงแรม และยังมีผลกระทบต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างล่วงหน้าอีกด้วย ดังนั้น ผู้บริหารควรสังเกตว่านวัตกรรมของบริษัทมีส่วนในการเสริมสร้างกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้หรือไม่ เพราะถ้านวัตกรรมไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ จะมีผลกระทบกับผลการดำเนินงานของบริษัท และไม่สามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันไว้ได้

Yildiz, Baştürk, & İlknur (2014 : Abstract) ได้ศึกษา ผลกระทบของความเป็นผู้นำและนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า ความเป็นผู้นำและนวัตกรรมมีผลกระทบกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในงานวิจัยได้แยกความเป็นผู้นำออกเป็น 2 ประเภท คือ ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) และความเป็นผู้นำการแลกเปลี่ยน (Transactional Leadership) ในการตรวจสอบ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความเป็นผู้นำทั้งสองแบบและนวัตกรรมมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยที่นวัตกรรมมีผลกระทบมากที่สุด รองลงมาคือ ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง และความเป็นผู้นำการแลกเปลี่ยน ตามลำดับ ดังนั้นธุรกิจควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มากขึ้น

Porssa & Hojjat (2016 : 173) ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อปรับปรุงการรับรองลูกค้าในสาขาย่อยของบริษัทก๊าซแห่งชาติอิหร่าน (NIGCS) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนในการเพิ่มความรับผิดชอบของพนักงาน และเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์องค์กรในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร ตลอดจนกระบวนการทำงานของพนักงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทดีขึ้น และโครงสร้างที่คล้ายกับ NIGCS ก็สามารถใช้ประยุกต์โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปรับปรุง การบริการลูกค้าและเพิ่มศักยภาพขององค์กร

Oltean, Manuela, & Lia (2014 : 1542) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและผลการดำเนินงาน : การศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมโรงแรมในเมือง Mures พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานโรงแรม ในเขตเมือง Mures สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทอย่างมีนัยสำคัญ คือ เทคโนโลยีสารสนเทศ พื้นฐานทั่วไป เช่น โปรแกรม Word, Excel, ฐานข้อมูลต่างๆ และอีกประเภทจะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และเว็บไซต์ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานทั่วไปจะช่วยในการดำเนินงานทั่วไป ๆ แต่เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และเว็บไซต์จะช่วยเพิ่ม ผลการดำเนินงาน ไปในทิศทางบวก นอกจากนี้ยังพบว่า ควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นปัจจุบัน ในการจัดการโรงแรมร่วมกับการพัฒนาการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าในการบริการ แก่ลูกค้า



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
ไทย จำนวน 618 คน (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. 2560 : เว็บไซต์)

ตาราง 2 จำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของผู้บริหารอุตสาหกรรม
ยานยนต์ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง (คน)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4	0
ภาคกลาง	463	121
ภาคตะวันออก	148	40
ภาคตะวันตก	3	1
รวม	618	162

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 21 ข้อ ได้แก่ ความเป็นผู้นำ จำนวน 5 ข้อ นวัตกรรม จำนวน 5 ข้อ การจัดการความรู้ จำนวน 6 ข้อ และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในองค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 21 ข้อ ได้แก่ ด้านการเงิน จำนวน 6 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 7 ข้อ ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 4 ข้อ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทยเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำเสนอของการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตามกรอบแนวคิดเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ
4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัยดังนี้

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิติงษ์ สงศรีโรจน์ อาจารย์ประจำคณะกรรมการบัญชี และการจัดการ

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา อาจารย์ประจำคณะกรรมการบัญชี และการจัดการ

4.3 อาจารย์ ดร. มัลลิกา จำปาแพง ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

6. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try - Out) กับผู้บริหารอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 30 คนแรก

6.2 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - Total Correlation ซึ่งการบริหารความเป็นเลิศ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.718 - 0.994 และ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.669 - 0.997 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ตาราง 47 ภาคผนวก ข)

6.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารความเป็นเลิศ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.844 - 0.961 และ ความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.910 - 0.946 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามวิธีของ Cronbach ว่า ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ตาราง 47 ภาคผนวก ข)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนเท่ากับประชากรกลุ่มตัวอย่าง พร้อม ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำเสนอไปรษณีย์

2. ยื่นขอหนังสือราชการจากคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยแนบพร้อมทั้งแบบสอบถามส่งไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 618 คน เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงประชากรกลุ่มตัวอย่าง ตามชื่อที่อยู่ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2561 จำนวน 618 ฉบับ โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 45 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม
4. เมื่อครบตามระยะเวลา 45 วัน ในวันที่ 15 สิงหาคม 2561 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 168 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 162 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 26.21 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้
5. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยแบ่งได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย โดยใช้วิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย โดยใช้วิธีประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 และ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย ใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและ

สรุปผลการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 99-100)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 และ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (Independent t-test) ที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance : MANOVA)

ตอนที่ 7 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่

2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power)

โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)

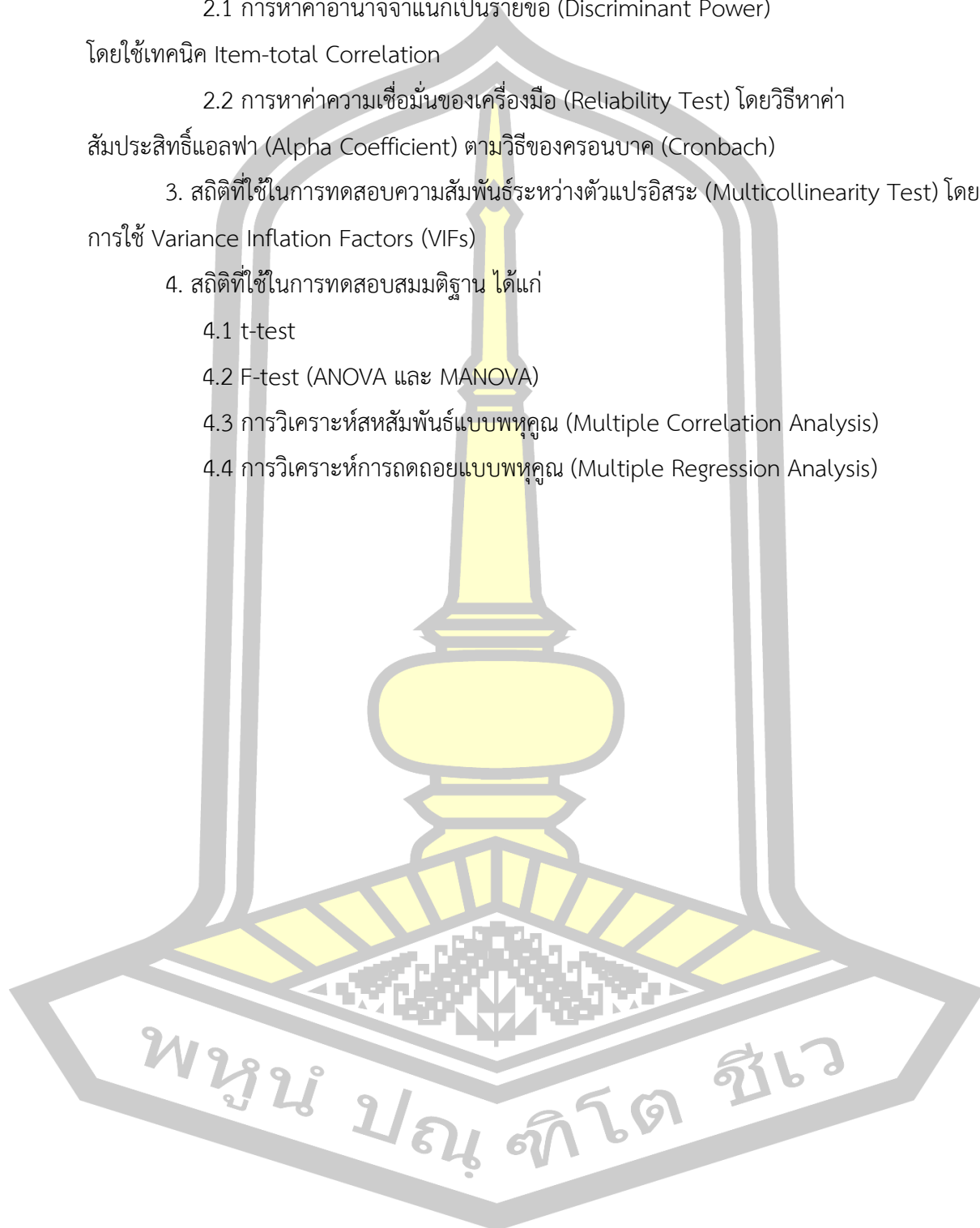
4. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

4.1 t-test

4.2 F-test (ANOVA และ MANOVA)

4.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)

4.4 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การนำเสนอเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมายผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-distribution
F	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้พิจารณาในการแจกแจง แบบ F-distribution
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนรวมเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
VIF_s	แทน	ค่าทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (Variance Inflation Factors)
Adj R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณ
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (Constant)
EXC	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ โดยรวม
LEA	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ

INN	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม
KNO	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้
INF	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
ORG	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม
FIN	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน
CUS	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า
INT	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน
LEAR	แทน	ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ใน
ประเทศไทย

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ใน
ประเทศไทย

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรม
ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาใน
การดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้สุทธิต่อเดือน และตำแหน่งงาน ดังตาราง 3

ตาราง 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	92	56.8
1.2 หญิง	70	43.2
รวม	162	100.0
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	30	18.5
2.2 30 - 40 ปี	43	26.5
2.3 41 - 50 ปี	51	31.5
2.4 มากกว่า 50 ปี	38	23.5
รวม	162	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	52	32.1
3.2 สมรส	101	62.3
3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	9	5.6
รวม	162	100.0
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า	99	61.1
4.2 สูงกว่าปริญญาตรี	63	38.9
รวม	162	100.0
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 5 ปี	33	20.4
5.2 5 - 10 ปี	33	20.4
5.3 11 - 15 ปี	39	24.1
5.4 มากกว่า 15 ปี	57	35.1
รวม	162	100.0
6. รายได้สุทธิต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 30,000 บาท	33	20.4
6.2 30,000 - 60,000 บาท	48	29.6
6.3 60,001 - 90,000 บาท	53	32.7
6.4 มากกว่า 90,000 บาท	28	17.3
รวม	162	100.0
7. ตำแหน่งงาน		
7.1 กรรมการผู้จัดการ	47	29.0
7.2 หัวหน้าผู้จัดการ	23	14.2
7.3 อื่น ๆ (โปรดระบุ) ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป	92	56.8
รวม	162	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.8) อายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 31.5) รองลงมา 30 - 40 ปี (ร้อยละ 26.5) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 62.3) รองลงมา โสด (ร้อยละ 32.1) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า (ร้อยละ 61.1) ประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 35.1) รองลงมา 11-15 ปี (ร้อยละ 24.1) รายได้สุทธิต่อเดือน 60,001 - 90,000 บาท (ร้อยละ 32.7) รองลงมา 30,000 - 60,000 บาท (ร้อยละ 29.6) ตำแหน่งงาน อื่น ๆ ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป (ร้อยละ 56.8) รองลงมา กรรมการผู้จัดการ (ร้อยละ 29.0)

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ศูนย์ในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี ดังตาราง 4

ตาราง 4 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. รูปแบบธุรกิจ		
1.1 บริษัทจำกัด	128	79.0
1.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด	34	21.0
รวม	162	100.0
2. ภูมิภาคที่ตั้ง		
2.1 ภาคกลาง	121	74.7
2.2 ภาคตะวันออก	40	24.7
2.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0	0
2.4 ภาคตะวันตก	1	0.6
รวม	162	100.0
3. ศูนย์ในการดำเนินงาน		
3.1 ไม่เกิน 50,000,000 บาท	62	38.3
3.2 50,000,000 - 100,000,000 บาท	57	35.2
3.3 100,000,001 - 150,000,000 บาท	23	14.2
3.4 มากกว่า 150,000,000 บาท	20	12.3
รวม	162	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
4.1 ไม่เกิน 5 ปี	25	15.4
4.2 5 - 10 ปี	24	14.8
4.3 11 - 15 ปี	40	24.7
4.4 มากกว่า 15 ปี	73	45.1
รวม	162	100.0
5. จำนวนพนักงาน		
5.1 น้อยกว่า 50 คน	44	27.2
5.2 50 - 150 คน	66	40.7
5.3 151 - 250 คน	24	14.8
5.4 มากกว่า 250 คน	28	17.3
รวม	162	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อปี		
6.1 ไม่เกิน 100,000,000 บาท	65	40.1
6.2 100,000,001 - 200,000,000 บาท	54	33.3
6.3 200,000,001 - 300,000,00 บาท	20	12.4
6.4 มากกว่า 300,000,000 บาท	23	14.2
รวม	162	100.0

จากตาราง 4 พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด (ร้อยละ 79.0) ภูมิภาคที่ตั้ง ภาคกลาง (ร้อยละ 74.7) รองลงมา ภาคตะวันออก (ร้อยละ 24.7) ทุนในการดำเนินงาน ไม่เกิน 50,000,000 บาท (ร้อยละ 38.3) รองลงมา 50,000,000 - 100,000,000 บาท (ร้อยละ 35.2) ระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 45.1) รองลงมา 11 - 15 ปี (ร้อยละ 24.7) จำนวนพนักงาน 50 - 150 คน (ร้อยละ 40.7) รองลงมา น้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 27.2) และรายได้เฉลี่ยต่อปี ไม่เกิน 100,000,000 บาท (ร้อยละ 40.1) รองลงมา 100,000,001 - 200,000,000 บาท (ร้อยละ 33.3)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ดังตาราง 5-9

ตาราง 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมและรายด้านของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นผู้นำ	3.81	0.64	มาก
2. ด้านนวัตกรรม	3.82	0.65	มาก
3. ด้านการจัดการความรู้	3.79	0.66	มาก
4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.81	0.67	มาก
โดยรวม	3.81	0.60	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.82$) ด้านความเป็นผู้นำ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 3.81$)



ตาราง 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ เป็นรายชื่อ
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการส่งเสริมผู้บริหารให้มีความรู้ความสามารถและ บริหารงานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน	4.10	0.77	มาก
2. กิจการสนับสนุนผู้บริหารให้เป็นแบบอย่างใน การทำงานที่มุ่งมั่นที่ดีให้กับพนักงาน	3.72	0.81	มาก
3. กิจการให้ความสำคัญกับผู้บริหารให้สามารถจูงใจ พนักงานทำงานตามที่มอบหมายให้บรรลุผลสำเร็จ	3.67	0.80	มาก
4. กิจการส่งเสริมผู้บริหารให้สามารถกระตุ้นให้พนักงาน ทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.75	0.77	มาก
5. กิจการสนับสนุนผู้บริหารให้มีความคิดสร้างสรรค์และ การบริหารจัดการงานที่เป็นระบบ	3.81	0.78	มาก
โดยรวม	3.81	0.64	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย
จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการส่งเสริมผู้บริหารให้มีความรู้ความสามารถและบริหารงาน
ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน ($\bar{X} = 4.10$) กิจการสนับสนุนผู้บริหารให้มีความคิดสร้างสรรค์และ
การบริหารจัดการงานที่เป็นระบบ ($\bar{X} = 3.81$) และกิจการส่งเสริมผู้บริหารให้สามารถกระตุ้นให้
พนักงานทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.75$)

ตาราง 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้า	3.89	0.84	มาก
2. กิจการตระหนักถึงการพัฒนากระบวนการผลิตที่สามารถลดต้นทุนการผลิตตลอดจนลดระยะเวลาการทำงานลง	3.85	0.85	มาก
3. กิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบกระบวนการดำเนินงานที่ดึงศักยภาพการทำงานของพนักงานออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่	3.77	0.84	มาก
4. กิจการให้ความสำคัญกับการหากลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน	3.83	0.84	มาก
5. กิจการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนได้นำเสนอความคิดเห็นในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง	3.79	0.90	มาก
โดยรวม	3.82	0.65	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.89$) กิจการตระหนักถึงการพัฒนากระบวนการผลิตที่สามารถลดต้นทุนการผลิตตลอดจนลดระยะเวลาการทำงานลง ($\bar{X} = 3.85$) และกิจการให้ความสำคัญกับการหากลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบ ในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.83$)

ตาราง 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ เป็นรายชื่อของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมสนับสนุนพนักงานให้พัฒนาศักยภาพความรู้ ความชำนาญในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	3.91	0.88	มาก
2. กิจกรรมส่งเสริมพนักงานทุกคนให้มีแลกเปลี่ยน การเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน	4.01	0.86	มาก
3. กิจกรรมส่งเสริมให้พนักงานอบรมศึกษาดูงานภายนอก องค์กร และนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้ เกิดประสิทธิภาพ	3.69	0.92	มาก
4. กิจกรรมให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการข้อมูล ต่าง ๆ ภายในกิจการเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจใน การบริหารจัดการงาน	3.63	0.74	มาก
5. กิจกรรมตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจที่ส่งผลให้กิจการต้องมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง	3.73	0.80	มาก
6. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ในการวิเคราะห์ประมวผลและสรุปผล และนำมาใช้ ประกอบการพิจารณาเลือกโครงการหรือกิจกรรมที่ดีที่สุด	3.77	0.84	มาก
โดยรวม	3.79	0.66	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมส่งเสริมพนักงานทุกคนให้มีแลกเปลี่ยน
การเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.01$) กิจกรรมสนับสนุนพนักงานให้พัฒนาศักยภาพความรู้
ความชำนาญในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.91$) และกิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำข้อมูล
สารสนเทศ มาใช้ในการวิเคราะห์ประมวผลและสรุปผล และนำมาใช้ประกอบการพิจารณาเลือก
โครงการหรือกิจกรรมที่ดีที่สุด ($\bar{X} = 3.77$)

ตาราง 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นรายชื่อ
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยเสริม กระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงาน	3.75	0.81	มาก
2. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมา ใช้เป็นเครื่องมือในการทำงาน	3.78	0.81	มาก
3. กิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อ ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้ E-Mail, Chat หรือ Webboard	3.80	0.83	มาก
4. กิจกรรมมุ่งเน้นการประสานงานกับหน่วยงานแต่ละฝ่าย ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย	3.80	0.86	มาก
5. กิจกรรมตระหนักถึงการพัฒนาต่อยอดความรู้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ	3.88	0.84	มาก
โดยรวม	3.81	0.67	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมตระหนักถึงการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.88$) กิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ
เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็ว
เช่น การใช้ E-Mail, Chat หรือ Webboard และกิจกรรมมุ่งเน้นการประสานงานกับหน่วยงานแต่ละ
ฝ่ายด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.80$) และกิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี
สารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงาน ($\bar{X} = 3.78$)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ดังตาราง 10-14

ตาราง 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและรายด้านของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ความสำเร็จขององค์กร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	3.60	0.65	มาก
2. ด้านลูกค้า	3.82	0.65	มาก
3. ด้านกระบวนการภายในองค์กร	3.78	0.66	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการ	3.79	0.65	มาก
โดยรวม	3.75	0.60	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.82$) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการ ($\bar{X} = 3.79$) และด้านกระบวนการภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.78$)

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการ ($\bar{X} = 4.19$) ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.17$) และด้านกระบวนการภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.09$)

พูน ปรนุ ทิโต ชีเว

ตาราง 11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรม
ยานยนต์ในประเทศไทย

ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้ทรัพยากรลงได้ อย่างต่อเนื่องส่งผลให้ กิจการมีกำไรเพิ่มขึ้น	3.90	0.85	มาก
2. กิจการมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	3.55	0.77	มาก
3. กิจการสามารถมีเป้าหมายทางธุรกิจได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าที่ผ่านมา	3.46	0.81	ปานกลาง
4. กิจการสามารถเจาะเป้าหมายทางธุรกิจได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.51	0.83	มาก
5. กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายโดยรวมอย่างเป็นรูปธรรม	3.54	0.82	มาก
6. กิจการสามารถลดความซับซ้อนหรือการกระทำที่เปล่าประโยชน์ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	3.65	0.83	มาก
โดยรวม	3.60	0.65	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไป
หาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้ทรัพยากรลงได้อย่างต่อเนื่องส่งผลให้
กิจการมีกำไรเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.90$) กิจการสามารถลดความซับซ้อนหรือการกระทำที่เปล่าประโยชน์
ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.65$) และกิจการมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่าง
ต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ($\bar{X} = 3.55$) และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ กิจการ
สามารถมีเป้าหมายทางธุรกิจได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าที่ผ่านมา ($\bar{X} = 3.46$)

ตาราง 12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า เป็นรายชื่อ ของอุตสาหกรรม
ยานยนต์ในประเทศไทย

ความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการได้นำคำแนะนำติชมของลูกค้า มาวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	3.88	0.79	มาก
2. กิจการมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ	3.81	0.78	มาก
3. กิจการสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา	3.74	0.80	มาก
4. กิจการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย	3.77	0.87	มาก
5. ลูกค้าเก่าได้มาใช้บริการของกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน	3.89	0.83	มาก
6. ลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการของกิจการอย่างต่อเนื่อง	3.81	0.81	มาก
7. กิจการมีภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม	3.86	0.84	มาก
โดยรวม	3.82	0.65	มาก

จากตาราง 12 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ลูกค้าเก่าได้มาใช้บริการของกิจการได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.89$) กิจการได้นำคำแนะนำติชมของลูกค้า มาวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.88$) และกิจการมีภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม ($\bar{X} = 3.86$)

ตาราง 13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน เป็นรายชื่อ
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตและการบริการในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	4.01	0.85	มาก
2. กิจกรรมมีการพัฒนาทีมงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย	3.69	0.82	มาก
3. กิจกรรมมีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมของพนักงาน เพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย	3.62	0.80	มาก
4. กิจกรรมมีการเลือกกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ	3.77	0.79	มาก
โดยรวม	3.78	0.66	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตและ
การบริการในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.01$) กิจกรรมมีการเลือกกระบวนการใน
การดำเนินงานที่เหมาะสมกับเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X} = 3.77$) และ
กิจกรรมมีการพัฒนาทีมงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้า ทั้งก่อนและหลังการขาย
($\bar{X} = 3.69$)

พูน ปรณ ทิโต ชิว

ตาราง 14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นรายชื่อ
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาฝีมือของพนักงานในตำแหน่งเดียวกัน	3.79	0.80	มาก
2. กิจกรรมมีการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกิจการอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรม เป็นต้น	3.75	0.80	มาก
3. กิจกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากที่สามารถทำให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และเสนอความคิดเห็นมากขึ้น	3.74	0.84	มาก
4. กิจกรรมมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและการบริการเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรขององค์กรในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	3.86	0.84	มาก
โดยรวม	3.79	0.65	มาก

จากตาราง 14 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและ
การบริการเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรขององค์กรในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.86$)
กิจกรรมมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาฝีมือของพนักงานใน
ตำแหน่งเดียวกัน ($\bar{X} = 3.79$) และกิจกรรมมีการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกิจการอย่าง
ต่อเนื่อง เช่น การอบรม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.75$)

พูน บณ ทิโต สีเว

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน
ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน ดังตาราง 15-22

5.1 รูปแบบธุรกิจ

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมและเป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน
(t-test)

การบริหารความเป็นเลิศ	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วนจำกัด		t	p-value
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านความเป็นผู้นำ	3.87	0.61	3.59	0.70	2.249*	0.026
2. ด้านนวัตกรรม	3.87	0.60	3.64	0.79	1.859	0.065
3. ด้านการจัดการความรู้	3.85	0.62	3.56	0.77	2.221*	0.028
4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.85	0.62	3.64	0.82	1.563	0.120
โดยรวม	3.86	0.60	3.61	0.82	2.138*	0.034

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน
มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ
และด้านการจัดการความรู้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พูน ปรณ ทิโต ชีเว

5.2 ภูมิภาคที่ตั้ง

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีสถานที่ตั้งของธุรกิจแตกต่างกัน (ANOVA)

การบริหารความเป็นเลิศ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.128	0.564	1.567	0.212
	ภายในกลุ่ม	159	57.229	0.360		
	รวม	161	58.357			

จากตาราง 16 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้านของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบริหารความเป็นเลิศ	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	8	312.000	1.474	0.166

จากตาราง 17 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ เป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

5.3 ทูนในการดำเนินงาน

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน (ANOVA)

การบริหารความเป็นเลิศ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.250	1.083	3.106*	0.028
	ภายในกลุ่ม	158	55.107	0.349		
	รวม	161	58.357			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$) (ตาราง 48 ภาคผนวก ค) รวมต้นธุรกิจแตกต่างกันด้วยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้านของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบริหารความเป็นเลิศ	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	1.554	0.103

จากตาราง 19 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

5.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (ANOVA)

การบริหารความเป็นเลิศ	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	6.677	2.226	6.805*	<0.0001
	ภายในกลุ่ม	158	51.680	0.327		
	รวม	161	58.357			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมมากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี มากกว่า 15 ปี และ 11-15 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 49 ภาคผนวก ค)

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบริหาร ความเป็นเลิศ	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	2.139*	0.014

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Univariate Test ซึ่งผลการทดสอบ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกัน ($p > 0.0125$) (ตาราง 50 ภาคผนวก ค) จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศด้านความเป็นผู้นำ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 51 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศด้านนวัตกรรม มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 52 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศด้านการจัดการความรู้ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 53 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 - 10 ปี และ 11 - 15 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 54 ภาคผนวก ค)

5.5 จำนวนพนักงาน

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (ANOVA)

	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
การบริหารความเป็นเลิศ						
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.909	0.303	0.833	0.478
	ภายในกลุ่ม	158	57.448	0.364		
	รวม	161	28.357			

จากตาราง 22 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้านของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบริหารความเป็นเลิศ	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	3.204*	<0.0001

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Univariate Test ซึ่งผลการทดสอบ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$) (ตาราง 55 ภาคผนวก ค)

5.6 รายได้เฉลี่ยต่อปี

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (ANOVA)

	แหล่งของ ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.400	0.800	2.259	0.084
	ภายในกลุ่ม	158	55.956	0.354		
	รวม	161	58.357			

จากตาราง 24 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

พูน ปรณ ทิโต ชีเว

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	การบริหาร ความเป็นเลิศ	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	1.485	0.127

จากตาราง 25 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน ดังตาราง 26-32 ดังนี้

6.1 รูปแบบธุรกิจ

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน (t-test)

ความสำเร็จขององค์กร	บริษัทจำกัด		ห้างหุ้นส่วนจำกัด		t	p-value
	\bar{X}	S.D	\bar{X}	S.D		
1. ด้านการเงิน	3.63	0.64	3.50	0.69	0.961	0.346
2. ด้านลูกค้า	3.86	0.62	3.70	0.71	1.302	0.205
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.66	0.64	3.66	0.73	1.124	0.261
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	3.83	0.62	3.63	0.71	1.671	0.107
โดยรวม	3.78	0.57	3.62	0.67	1.381	0.171

จากตาราง 26 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

6.2 ภูมิภาคที่ตั้ง

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม และเป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน (ANOVA)

ความสำเร็จขององค์กร	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.268	1.134	3.295*	0.040
	ภายในกลุ่ม	159	54.732	0.344		
	รวม	161	57.000			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้ง แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.0125$) (ตาราง 56 ภาคผนวก ค)

พูน ปณ ทิโต ชิว

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความสำเร็จของ องค์กร	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	8	312.000	2.568*	0.010

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Univariate Test ซึ่งผลการทดสอบ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า แตกต่างกัน ($p > 0.0125$) (ตาราง 57 ภาคผนวก ค) จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างกันค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.0125$) (ตาราง 58 ภาคผนวก ค)

6.3 ทุนในการดำเนินงาน

ตาราง 29 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน (ANOVA)

ความสำเร็จขององค์กร	แหล่งของ ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.270	0.757	2.185	0.092
	ภายในกลุ่ม	158	54.729	0.346		
	รวม	161	57.000			

จากตาราง 29 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$)

ตาราง 30 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความสำเร็จของ องค์กร	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	1.853*	0.038

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Univariate Test ซึ่งผลการทดสอบ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา ไม่แตกต่างกัน ($p>0.0125$) (ตาราง 59 ภาคผนวก ค)

พหุ ประถมศึกษา

6.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตาราง 31 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (ANOVA)

ความสำเร็จขององค์กร	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	6.819	2.273	7.157*	<0.0001
	ภายในกลุ่ม	158	50.181	0.318		
	รวม	161	57.000			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (ตาราง 60 ภาคผนวก ค) บริ

เนื่องงานธุรกิจแตกต่างกัน มี

ตาราง 32 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน ของ อุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความสำเร็จของ องค์กร	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	0.792	<0.0001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Univariate Test ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ผู้บริหาร อุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับ ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และ การพัฒนา แตกต่างกัน ($p > 0.0125$) (ตาราง 61 ภาคผนวก ค) จึงได้ทำ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรม ยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 62 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรม ยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 63 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน มากกว่าผู้บริหาร อุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 64 ภาคผนวก ค)

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างกันค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา มากกว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี และ 11-15 ปี ($p > 0.0125$) (ตาราง 65 ภาคผนวก ค)

6.5 จำนวนพนักงาน

ตาราง 33 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (ANOVA)

ความสำเร็จขององค์กร	แหล่งของ ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.505	0.168	0.471	0.703
	ภายในกลุ่ม	158	56.495	0.358		
	รวม	161	57.000			

จากตาราง 33 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 34 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความสำเร็จของ องค์กร	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	0.889	0.558

จากตาราง 34 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

6.6 รายได้เฉลี่ยต่อปี

ตาราง 35 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรม
ยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (ANOVA)

ความสำเร็จขององค์กร	แหล่งของ ความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	2.006	0.669	1.921	0.128
	ภายในกลุ่ม	158	54.993	0.348		
	รวม	161	57.000			

จากตาราง 35 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน
มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตาราง 36 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน (MANOVA)

สถิติทดสอบ	ความสำเร็จของ องค์กร	Hypothesis df	Error df	F	p-value
Wilks' Lambda	4 ด้าน	12	410.383	1.497	0.122

จากตาราง 36 พบว่า ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน
มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน
ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตอนที่ 7 วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ในการทดสอบความสัมพันธ์ และผลกระทบของการบริหาร ความเป็นเลิศต่อความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และการสร้างสมการพยากรณ์ตามที่ได้ตั้งสมมุติฐาน ดังนี้

H1 การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับ ความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

H2 การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

H3 การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับ ความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

H4 การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับ ความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการสร้างสมการพยากรณ์

ตาราง 37 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	ORG	LEA	INN	KNO	INF	VIF ₅
\bar{X}	3.75	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.60	0.64	0.65	0.66	0.67	
ORG	1	0.771*	0.821*	0.855*	0.852*	
LEA		1	0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN			1	0.835*	0.804*	3.888
KNO				1	0.833*	4.862
INF					1	4.055

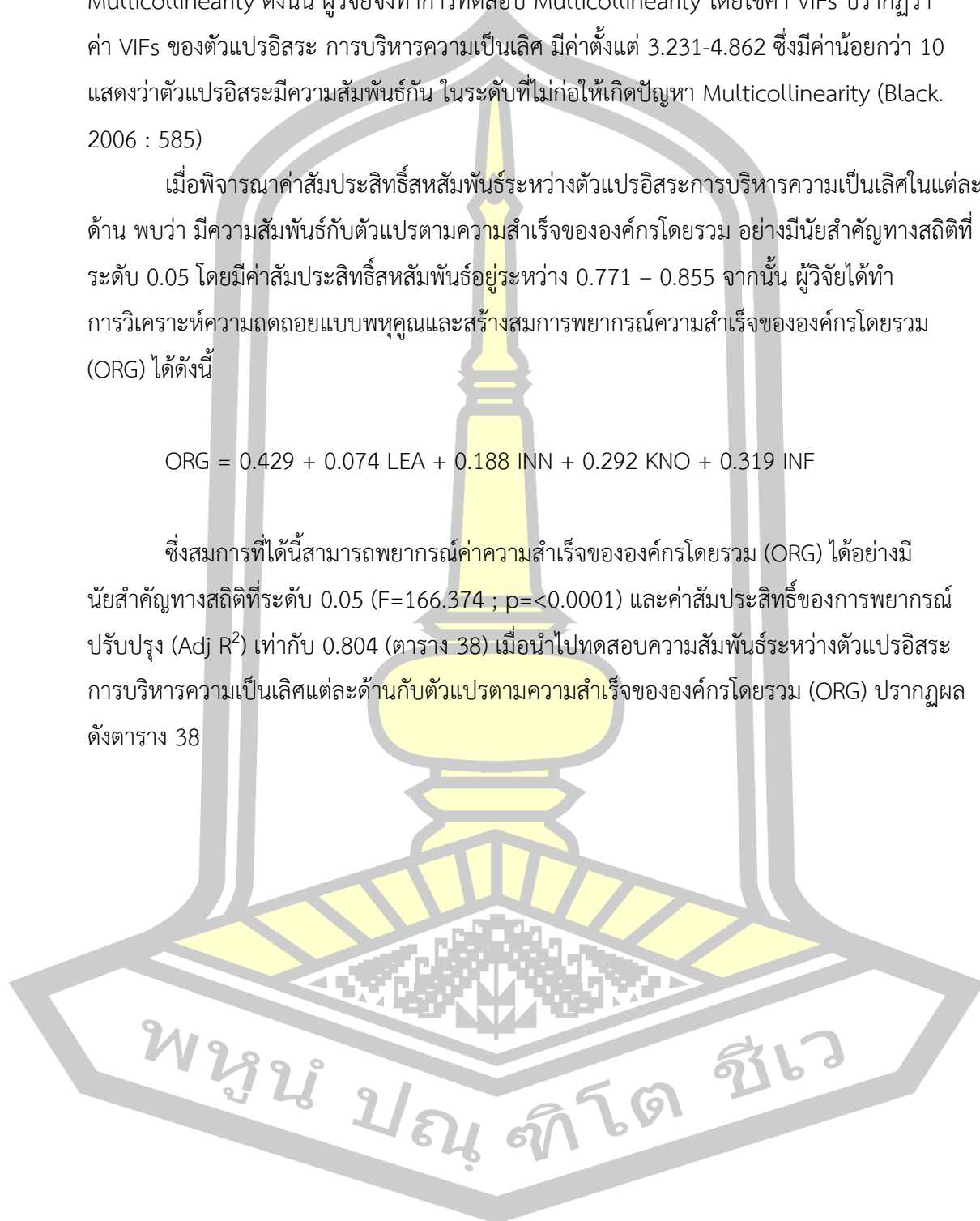
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231-4.862 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.771 – 0.855 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (ORG) ได้ดังนี้

$$ORG = 0.429 + 0.074 LEA + 0.188 INN + 0.292 KNO + 0.319 INF$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (ORG) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=166.374$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.804 (ตาราง 38) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศแต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (ORG) ปรากฏผลดังตาราง 38



ตาราง 38 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร
โดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร โดยรวม (ORG)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
	ค่าคงที่ (a)	0.429		
ด้านความเป็นผู้นำ (LEA)	0.074	0.059	1.259	0.210
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.188	0.063	2.977*	0.003
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.292	0.069	4.205*	<0.0001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.319	0.063	5.081*	<0.0001

F = 166.374 p = < 0.0001 Adj R² = 0.804

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 พบว่า การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม (ORG) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 2 สมมุติฐานที่ 3 และ สมมุติฐานที่ 4 สำหรับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ (LEA) ไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (ORG)

เมื่อนำการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (ORG) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.807 (ตาราง 66 ภาคผนวก ง)

$$ORG = 0.471 + 0.201 INN + 0.319 KNO + 0.341 INF$$

ที่ 2 แ

ตาราง 39 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเงิน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	FIN	LEA	INN	KNO	INF	VIF _s
\bar{X}	3.60	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.65	0.64	0.65	0.66	0.67	
FIN	1	0.627*	0.658*	0.714*	0.699*	
LEA		1	0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN			1	0.835*	0.804*	3.888
KNO				1	0.833*	4.862
INF					1	4.055

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231 - 4.862 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.627 - 0.714 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน (FIN) ได้ดังนี้

$$FIN = 0.655 + 0.043 LEA + 0.087 INN + 0.356 KNO + 0.289 INF$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน (FIN) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=47.571$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.536 (ตาราง 40) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศแต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน (FIN) ปรากฏผล ดังตาราง 40

ตาราง 40 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเงิน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.655	0.225	2.909*	0.004
ด้านความเป็นผู้นำ (LEA)	0.043	0.098	0.436	0.663
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.087	0.106	0.823	0.412
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.356	0.117	3.047*	0.003
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.289	0.106	2.740*	0.007

F = 47.571 p = < 0.0001 Adj R² = 0.536

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 พบว่า การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรด้านการเงิน (FIN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ สมมุติฐานที่ 3 และสมมุติฐานที่ 4 สำหรับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ (LEA) และด้านนวัตกรรม (INN) ไม่มีผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน (FIN)

เมื่อนำการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน (FIN) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.539 (ตาราง 67 ภาคผนวก ง)

$$FIN = 0.727 + 0.422 KNO + 0.334 INF$$

พจนานุกรมศัพท์โต ชีเว

ตาราง 41 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	CUS	LEA	INN	KNO	INF	VIF _s
\bar{X}	3.82	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.64	0.64	0.65	0.66	0.67	
CUS	1	0.723*	0.796*	0.804*	0.804*	
LEA		1	0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN			1	0.835*	0.804*	3.888
KNO				1	0.833*	4.862
INF					1	4.055

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231-4.862 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.723 – 0.804 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS) ได้ดังนี้

$$CUS = 0.413 + 0.052 LEA + 0.280 INN + 0.255 KNO + 0.309 INF$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=105.309$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.722 (ตาราง 42) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศแต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS) ปรากฏผล ดังตาราง 42

ตาราง 42 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.413	0.173	2.387*	0.018
ด้านความเป็นผู้นำ (LEA)	0.052	0.076	0.688	0.493
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.280	0.081	3.440*	0.001
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.255	0.090	2.847*	0.005
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.309	0.081	3.817*	<0.0001

$F = 105.309$ $p = < 0.0001$ $Adj R^2 = 0.722$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 พบว่า การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 2 สมมุติฐานที่ 3 และ สมมุติฐานที่ 4 สำหรับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ (LEA) ไม่มีผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS)

เมื่อนำการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า (CUS) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.722 (ตาราง 68 ภาคผนวก ง)

$$CUS = 0.442 + 0.290 \text{ INN} + 0.274 \text{ KNO} + 0.325 \text{ INF}$$

ตาราง 43 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านกระบวนการภายใน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	INT	LEA	INN	KNO	INF	VIF _s
\bar{X}	3.77	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.66	0.64	0.65	0.66	0.67	
INT	1	0.765*	0.800*	0.805*	0.819*	
LEA		1	0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN			1	0.835*	0.804*	3.888
KNO				1	0.833*	4.862
INF					1	4.055

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231-4.862 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.756 – 0.855 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน (INT) ได้ดังนี้

$$\text{INT} = 0.191 + 0.175 \text{ LEA} + 0.258 \text{ INN} + 0.181 \text{ KNO} + 0.328 \text{ INF}$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน (INT) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=117.837$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.744 (ตาราง 44) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศแต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน (INT) ปรากฏผล ดังตาราง 44

ตาราง 44 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.191	0.169	1.129	0.261
ด้านความเป็นผู้นำ (LEA)	0.175	0.074	2.357*	0.020
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.258	0.080	3.237*	0.001
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.181	0.088	2.058*	0.041
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.328	0.079	4.126*	<0.0001

$F = 117.837$ $p = < 0.0001$ $Adj R^2 = 0.744$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 พบว่า การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ (LEA) ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน (INT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 สมมุติฐานที่ 2 สมมุติฐานที่ 3 และสมมุติฐานที่ 4

ตาราง 45 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	LEAR	LEA	INN	KNO	INF	VIF _s
\bar{X}	3.79	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.65	0.64	0.65	0.66	0.67	
LEAR	1	0.708*	0.755*	0.809*	0.801*	
LEA		1	0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN			1	0.835*	0.804*	3.888
KNO				1	0.833*	4.862
INF					1	4.055

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231-4.862 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการบริหารความเป็นเลิศในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.708 – 0.855 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR) ได้ดังนี้

$$\text{LEAR} = 0.455 + 0.025 \text{ LEA} + 0.126 \text{ INN} + 0.376 \text{ KNO} + 0.350 \text{ INF}$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=97.151$; $p<0.0001$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.705 (ตาราง 46) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศแต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR) ปรากฏผล ดังตาราง 46

ตาราง 46 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านเรียนรู้และการพัฒนา		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.455	0.179	2.549	0.012
ด้านความเป็นผู้นำ (LEA)	0.025	0.078	0.325	0.745
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.126	0.084	1.493	0.137
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.376	0.093	4.066*	<0.0001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.350	0.084	4.180*	<0.0001

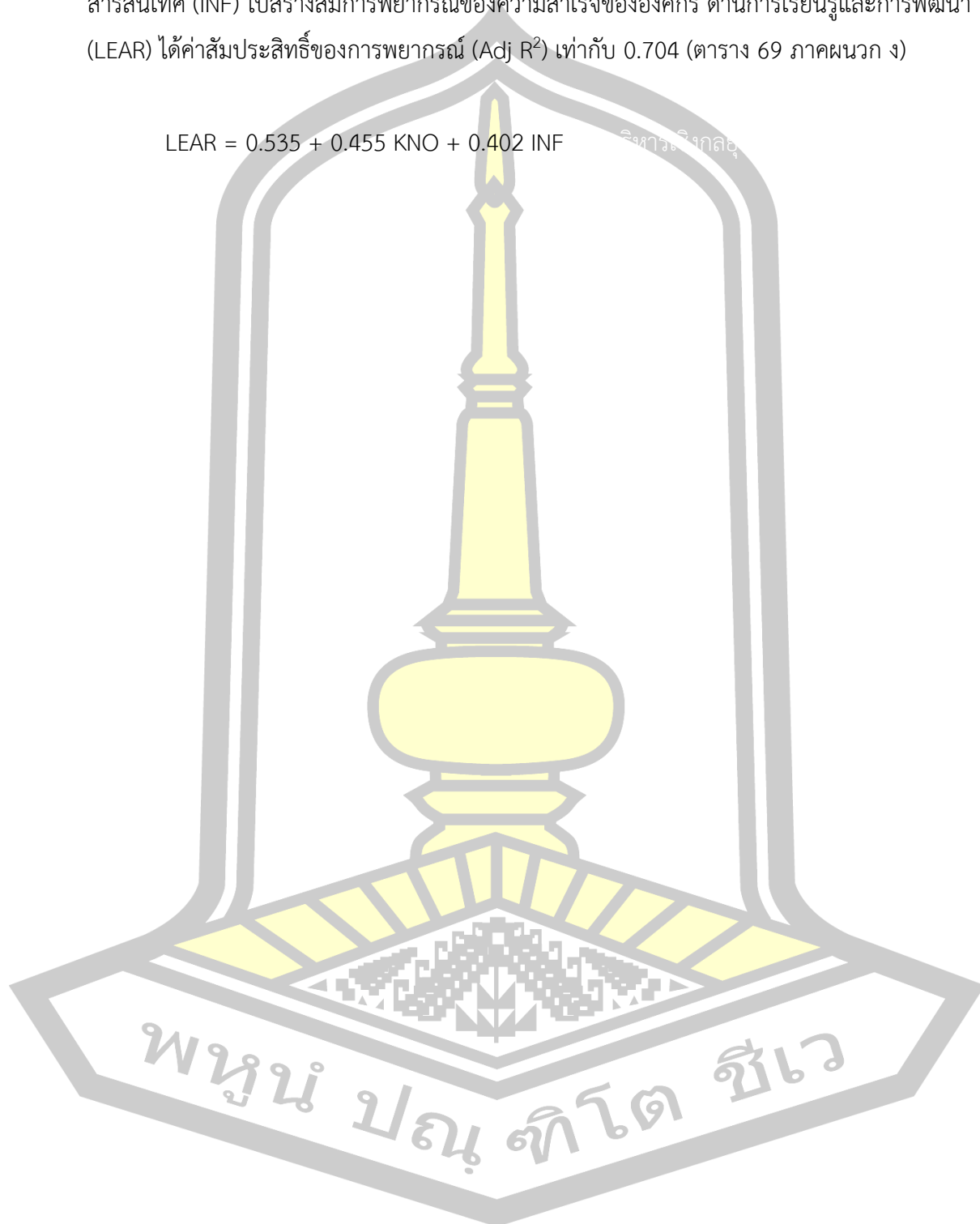
$F = 97.151$ $p = < 0.0001$ $Adj R^2 = 0.705$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 พบว่า การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับ สมมุติฐานที่ 3 และ สมมุติฐานที่ 4 สำหรับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ (LEA) และด้านนวัตกรรม (INN) ไม่มีผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR)

เมื่อนำการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) ไปสร้างสมการพยากรณ์ของความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEAR) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (Adj R²) เท่ากับ 0.704 (ตาราง 69 ภาคผนวก ง)

$$\text{LEAR} = 0.535 + 0.455 \text{ KNO} + 0.402 \text{ INF}$$



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเป็นเลิศกับความสำเร็จขององค์กร
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
5. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน
และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน
6. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
ที่มีรูปแบบธุรกิจ ภูมิภาคที่ตั้ง ทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน
และรายได้เฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน

คณะ ปณฺ ทัต ชิว

สรุปผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 - 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี รายได้สุทธิต่อเดือน 60,001-90,000 บาท ตำแหน่งงาน อื่น ๆ เช่น ผู้จัดการทั่วไป รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด สถานที่ตั้งของธุรกิจ ภาคกลาง ทุนในการดำเนินงานเริ่มต้นธุรกิจ ไม่เกิน 50,000,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 15 ปี จำนวนพนักงาน 50 - 150 คน รายได้เฉลี่ยต่อปี ไม่เกิน 100,000,000 บาท

2. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม อยู่ในระดับมากและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นผู้นำ เช่น กิจกรรมส่งเสริมผู้บริหารให้ความรู้ความสามารถและบริหารงานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน กิจกรรมสนับสนุนผู้บริหารให้มีความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการงานที่เป็นระบบ และกิจกรรมส่งเสริมผู้บริหารให้สามารถกระตุ้นให้พนักงานทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น ด้านนวัตกรรม เช่น กิจกรรมให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้า กิจกรรมตระหนักถึงการพัฒนาระบบการผลิตที่สามารถลดต้นทุนการผลิตตลอดจนลดระยะเวลาการทำงานลง และกิจกรรมให้ความสำคัญกับการหากลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบ ในการแข่งขัน เป็นต้น ด้านการจัดการความรู้ เช่น กิจกรรมส่งเสริมพนักงานทุกคนให้มีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน กิจกรรมสนับสนุนพนักงานให้พัฒนาศักยภาพ ความรู้ความชำนาญในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และกิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ในการวิเคราะห์ประมวลผลและสรุปผล และนำมาใช้ประกอบการพิจารณาเลือกโครงการหรือกิจกรรมที่ดีที่สุด เป็นต้น และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กิจกรรมตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ กิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้ E-Mail, Chat หรือ Webboard และกิจกรรมมุ่งเน้นการประสานงานกับหน่วยงานแต่ละฝ่ายด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และกิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงาน เป็นต้น

3. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน เช่น กิจกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้ทรัพยากรลงได้

อย่างต่อเนื่องส่งผลให้กิจการมีกำไรเพิ่มขึ้น กิจการสามารถลดความซ้ำซ้อนหรือการกระทำที่เปล่าประโยชน์ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ และกิจการมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เป็นต้น ด้านลูกค้า เช่น ลูกค้าเก่าได้มาใช้บริการของกิจการได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กิจการได้นำคำแนะนำติชมของลูกค้า มาวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และกิจการมีภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม เป็นต้น ด้านกระบวนการภายในองค์กร เช่น กิจการมีการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตและการบริการในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม กิจการมีการเลือกกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับเป้าหมายทางธุรกิจเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และกิจการมีการพัฒนาทีมงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย เป็นต้น และด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการ เช่น กิจการมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและการบริการเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรขององค์กรในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม กิจการมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาฝีมือของพนักงานในตำแหน่งเดียวกัน กิจการมีการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกิจการอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรม เป็นต้น

4. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี และมากกว่า 15 ปี

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี และ 11-15 ปี

5. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี

ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี

7. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี

8. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 15 ปี

9. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน น้อยกว่า 5 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา มากกว่าผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 5-10 ปี และ 11-15 ปี

6. การบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ได้แก่ ด้านนวัตกรรม (INN) ด้านการจัดการความรู้ (KNO) และ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF) ซึ่งสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\text{ORG} = 0.471 + 0.201 \text{ INN} + 0.319 \text{ KNO} + 0.341 \text{ INF}$$

เมื่อพิจารณาสมการพยากรณ์การมีความสำเร็จขององค์กร เป็นรายด้าน พบว่า

1) ด้านการเงิน

$$\text{FIN} = 0.727 + 0.422 \text{ KNO} + 0.334 \text{ INF}$$

2) ด้านลูกค้า

$$\text{CUS} = 0.442 + 0.290 \text{ INN} + 0.274 \text{ KNO} + 0.325 \text{ INF}$$

3) ด้านกระบวนการภายใน

$$\text{INT} = 0.191 + 0.175 \text{ LEA} + 0.258 \text{ INN} + 0.181 \text{ KNO} + 0.328 \text{ INF}$$

4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

$$\text{LEAR} = 0.535 + 0.455 \text{ KNO} + 0.402 \text{ INF}$$

อภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ
อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหาร
ความเป็นเลิศ โดยรวม ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการความรู้ และด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันกิจการต่าง ๆ มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการจัดการ
องค์กรเพื่อยกระดับคุณภาพในการ โดยผู้บริหารองค์กรจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ
และบริหารงานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงานตลอดจน เป็นแบบอย่างในการทำงานให้กับพนักงาน
และผู้บริหารต้องสามารถจูงใจให้พนักงานทำงานตามที่มอบหมายให้บรรลุผลสำเร็จ อีกทั้งสามารถ
กระตุ้นให้พนักงานทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน
สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยศศิธร รักษาชนม (2557: บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหาร
องค์กรที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง จะผลักดันให้บุคลากรในองค์กร มีแรงบันดาลใจในการทำงาน
รวมทั้ง มีสติปัญญาในการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศักดิ์ดา สมแสน (2556 :
บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารองค์กรมุ่งที่จะแสวงหาความรู้ รวมถึงให้ความสำคัญในการพัฒนาการ
จัดการความรู้ของบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ จะทำให้กิจการสามารถดำเนินงานตาม
เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในงานวิจัยของจักรกฤษณ์ รักษาชาติ (2555:
บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารองค์กรที่มีการส่งเสริมการบริหารงานด้านนวัตกรรม รวมถึงการดำเนินการ
วิจัยการตลาดอย่างต่อเนื่อง จะทำให้กิจการสามารถพัฒนานวัตกรรม ให้มีความทันสมัยได้ ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัยดวงหทัย ใจภักดี (2560 : บทคัดย่อ) พบว่า องค์กรที่ให้ความสำคัญกับ
เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างต่าง ๆ การกำหนดแผนงานในการดำเนินงาน และ
การบริหารพัฒนาทรัพยากรบุคคล ทำให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายได้ตามที่องค์กรกำหนด

2. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์มีความเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร
โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนาอยู่ใน
ระดับมาก เนื่องจากการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งสี่ด้านจะสะท้อนถึงความสามารถของ
องค์กรเพื่อนำไปสู่การพัฒนากิจการในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเชื่อใจ และเต็มใจในการดำเนินงาน
รวมถึงการพัฒนานวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยต้องมีการจัดสรรงบประมาณในการวิจัย
และพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ที่เกิดการพัฒนาศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร ของ
องค์กรนั้น ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้สูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน
เพื่อที่จะให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ
ไพรวรรณ โยธาสุภาพ (2548 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และการทำงานเป็นทีม จะผลักดันให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ มั่นคงและสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาวอีกทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีการบริหารความเป็นเลิศ โดยรวม ด้านความเป็นผู้นำ ด้านนวัตกรรม ด้านการจัดการ ความรู้ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และยังมีความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนาแตกต่างกัน เนื่องจากผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลายาวนาน จำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเชื่อใจ และเต็มใจในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยได้มีการจัดสรรงบประมาณในการวิจัยและพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ที่เกิดการพัฒนาศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือ องค์กรนั้น ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้สูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน เพื่อที่จะให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย ของงานวิจัยของ ไพรวรรณ โยธาสุภาพ (2548 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน รูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียนแตกต่างกันจะให้ความสำคัญในเรื่องความรู้ความสามารถในการจัดการโดยรวม ด้านการเรียนรู้องค์กรและด้านการทำงานเป็นทีมแตกต่างกัน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในประเทศไทยที่มีระยะเวลาการดำเนินงานแตกต่างกันให้ความสำคัญในเรื่องความยืดหยุ่น เชิงกลยุทธ์แตกต่างกัน โดยเน้นที่ความรู้ ความสามารถขององค์กรถือว่าเป็นปัจจัยและกลไกหลักใน การผลักดันให้ธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบผลสำเร็จมั่นคงและสามารถอยู่รอด ได้ในระยะยาวและเป็นกรอบที่ดีในการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ ทั้งในด้านการบริหารจัดการและ ด้านผลการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากนวัตกรรมมี ความสัมพันธ์ กับผลกำไร การเติบโต ส่วนแบ่งตลาด เพราะ นวัตกรรมก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากผลิตภัณฑ์ใหม่ยังช่วยสร้างรายได้ และส่วนแบ่งการตลาด นอกจากนั้นนวัตกรรม ยังช่วยใน การนำเสนอสิ่งใหม่ หรือสินค้าหรือบริการใหม่ให้กับลูกค้า ซึ่งกิจการจะมีการวัดจากการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ใหม่ในแต่ละปี ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าได้ตามเป้าหมายที่ กำหนดไว้ เช่น กิจการอาจมีเป้าหมายว่าระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะต้องไม่เกิน 6 เดือน ถ้าเกินกว่า 6 เดือน แสดงให้เห็น ว่ากิจการมีความล่าช้าในการเพิ่มนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการดำเนินงาน ทำให้ความสามารถของกิจการในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าลดน้อยลง

ได้ส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Semuel, Siagian, & Stefanie (2017 : 1157-1158) และ Yildiz, Baştürk, & İlknur (2014 : Abstract) พบว่า นวัตกรรมมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยที่นวัตกรรมมีผลกระทบมากที่สุด และช่วยสร้างความแตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง ดังนั้น ธุรกิจควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มากขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตหรา แสงทะรา (2556 : 92) พบว่า การก้าวเข้าสู่โลกยุคโลกาภิวัตน์ทำให้การแข่งขันในเชิงธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ เรื่อง เช่น การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไร้พรมแดน เป็นต้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องคำนึงถึง เพราะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ นวัตกรรมจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเพราะเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคมและต้องพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการบริการขององค์กรให้มีความทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อยู่เสมอและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Leiponan (2005 : 303-323) พบว่า มีการทดสอบระหว่างทักษะต่าง ๆ ของลูกจ้างและการเคลื่อนไหวด้านนวัตกรรมของบริษัท ถ้าลูกจ้างปราศจากทักษะที่เพียงพอ บริษัทจะได้ประโยชน์จากนวัตกรรมได้น้อย เพราะว่าลูกจ้างไม่มีความสามารถหรือขีดความสามารถในการซึมซับผลลัพธ์จากบัญชีรายชื่อของบริษัทผู้ผลิตได้ให้การสนับสนุนสำหรับขอสมมุติฐานที่ว่า ทักษะด้านช่างที่สูงต้องมียุคประกอบโดยความร่วมมือจากตัวลูกจ้าง เพื่อนร่วมงาน และกระบวนการภายในซึ่งทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ สามารถมองเห็นในฐานะปัจจัยที่เป็นไปได้ในนวัตกรรมที่ทำให้เกิดผลกำไรนโยบายที่เกี่ยวข้องเสนอแนะว่าการลงทุนในทักษะต่าง ๆ ช่วยขยายกลุ่มของบริษัทต่าง ๆ ในทางเศรษฐกิจซึ่งมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จด้านนวัตกรรม

5. การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เนื่องจากการเรียนรู้ถือเป็นปัจจัยภายในที่องค์กรไม่สามารถคาดการณ์ได้โดยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นองค์กรสามารถบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ก็จะเป็นผลดีกับการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตหรา แสงทะรา (2556 : บทคัดย่อ) พบว่า การเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดิ์ดี สมนแสน (2556 : 91-92) พบว่า ความสำเร็จของการจัดการความรู้ ด้านการจัดการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อเชิงบวกกับการพัฒนาองค์กร โดยรวม ด้านการพัฒนากระบวนการงาน เนื่องจาก ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นที่จะต้องมีการจัดการเรียนรู้ ในดำเนินการจัดการกับความรู้ในองค์กรโดยเริ่มตั้งแต่การจัดหาความรู้จากแหล่งภายในและ

ภายนอกองค์กร แล้วนำมาสร้างสรรค์ให้สามารถใช้ได้กับองค์กรของตน มีระบบที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ เพื่อนำมาถ่ายทอดหรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paschek, Ivascu & Draghici (2018 : 182-191) พบว่า ยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีความรู้ที่ทันสมัย เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ และสามารถดำเนินธุรกิจได้ ผ่านทางการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องมีการวิเคราะห์อย่างรวดเร็วเพื่อปรับกระบวนการทำงานและให้ทิศทางที่ดีที่สุดสำหรับบริษัท ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ของข้อมูล เพื่อให้สามารถจัดการกระบวนการใหม่ ๆ ได้อย่างดีที่สุด ตลอดจนการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เพิ่มขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการจัดการข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับบริษัท ซึ่งเป็นผลให้มีการจัดการด้านห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีการจัดการได้ดีขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จขององค์กร

6. การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ในแต่ละวัน ข้อมูลข่าวสารได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ถูกพัฒนาให้เป็นเครื่องมือเพื่อการสื่อสารในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งทางธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ช่วยให้สารสนเทศกระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว ทำให้องค์กรต่าง ๆ ได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ให้บริการลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงหทัย ใจภักดี (2560 : บทคัดย่อ) พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การกำหนดแผนงานการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพที่เหนือกว่าในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ รวมทั้งมีการเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Porssa & Hojjat (2016 : 173) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนในการเพิ่มความรับผิดชอบของพนักงาน และเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์องค์กรในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร ตลอดจนกระบวนการทำงานของพนักงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทดีขึ้น และโครงสร้างที่คล้ายกับ NIGCS ก็สามารถประยุกต์โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปรับปรุงการบริการลูกค้าและเพิ่มศักยภาพขององค์กร รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Oltean, Manuela, & Lia (2014 : 1542) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานทั่วไปจะช่วยในการดำเนินงานทั่วไป แต่เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และเว็บไซต์จะช่วยเพิ่มผลการดำเนินงาน ไปในทิศทางบวก นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นปัจจุบันในการจัดการองค์กร ร่วมกับการพัฒนาการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า จะเพิ่มมูลค่าในการบริการแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีภารกิจพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อให้เกิดการคิดค้นกระบวนการที่ทำให้สามารถลดต้นทุนในกระบวนการผลิตลง อีกทั้งการให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะช่วยให้เกิดการขยายกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

1.2. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ควรสนับสนุนพนักงานเกิดการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และต้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร นอกจากนี้องค์กรควรให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ ประมวลผล และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน หรือพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

1.3. ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ควรส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อช่วยเสริมกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงานทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมผลิตอาหารกระป๋อง เป็นต้น เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ว่ามีความแตกต่างหันหรือไม่อย่างไร ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากตัวแปรที่ศึกษาแล้ว เช่น การจัดการผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงานเป็นทีม เป็นต้น เพื่อจะทำให้ทราบถึงตัวแปรที่จะสามารถเพิ่มหรือสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และนำข้อมูลหรือความคิดเห็นที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.3 ก่อนการส่งแบบสอบถามไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง ควรมีการศึกษาข้อมูลของกลุ่มธุรกิจให้ละเอียดรอบคอบ ทั้งในส่วนรายชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ และสถานภาพปัจจุบันของธุรกิจ ก่อนที่จะส่งแบบสอบถาม เพื่อป้องกันการถูกตีกลับ เนื่องจากการย้ายสถานที่ตั้ง หรือการเลิกกิจการ เพื่อที่ให้เกิดความมีประสิทธิภาพของแบบสอบถามที่สมบูรณ์

2.4 ควรศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการบริหารความเป็นเลิศมาใช้ในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนกอร อ่อนเรือง. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ การจัดการองค์กรสมัยใหม่และ
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กนิษฐา ปวะบุตร. (2550). การจัดการยุคใหม่กลยุทธ์การบริหารผลการดำเนินงาน. *วารสารการบัญชี
และการจัดการ*, 4(3), 44-61
- กรมการขนส่งทางบก. (2557). *เปิดเสรีการค้า*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก
<https://www.dlt.go.th/th/>
- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศกระทรวงการต่างประเทศ. (2560). *เศรษฐกิจระหว่างประเทศ*. สืบค้น
เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก <http://www.mfa.go.th/business/>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *มูลค่าการส่งออก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก
<http://www.industry.go.th/landing/>.
- กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์. (2559). *การกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมยานยนต์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30
กันยายน 2560. จาก <http://www.aic.or.th/home>.
- กองพัฒนาคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2560). *การจัดการความรู้*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30
กันยายน 2560. จาก http://www.eqdd.nu.ac.th/?page_id=317.
- กัลยารัตน์ อีระชนชัยกุล. (2557). การจัดการความรู้...ปัจจัยสู่ความสำเร็จ. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 5
(ฉบับพิเศษ), 134-144
- โกญจนาท เลื่อนมูลแสน. (2561). *มองหน้าเหลียวหลังช่วงปีใหม่ ธุรกิจ ยานยนต์ไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่
30 กันยายน 2560. จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-103266>.
- คมสัน สุริยะ. (n.d.). *ความเป็นเลิศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก
[http://www.tourismlogistics.com/index.php?option=com_content&view=article&
id=591:what-is-excellence&catid=90:advisor&Itemid=101](http://www.tourismlogistics.com/index.php?option=com_content&view=article&id=591:what-is-excellence&catid=90:advisor&Itemid=101).
- จรัส อติวิทยาภรณ์. (2553). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัย
ทักษิณ.
- จินตหรา แสงทะรา. (2556). *ผลกระทบของศักยภาพทางด้านนวัตกรรมสมัยใหม่ที่มีต่อผลการ
ดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.

- เฉลียง อันทรบุตร. (2550). *ผลกระทบของการบริหารการเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลภาวะผู้นำที่มีต่อ ผลการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2554). *ทฤษฎีการบริหาร (THEORIES OF ADMINISTRATION)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัชฌานุช สุตชาติ. (2553). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐยา สินตระกูลผล. (2550). *กลยุทธ์คุ่มเกมการต่อรอง*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ดวงหทัย ใจภักดี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทิตนา แคมมณี. (2551). *ศาสตร์การสอน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธวัช บุญยมณี. (2550). *ภาวะผู้นำและการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ธำรงค์ศักดิ์ ภูริพัฒน์. (2554). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขององค์กรที่ได้รางวัลคุณภาพแห่งชาติและรางวัลการบริหารสู่ความเป็นเลิศปี 2545-2552*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นพดล เหลืองภิรมย์. (2555). *การจัดการนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- นลวัชร ชุนลา และเกษราภรณ์ สุตตาพงศ์. (2558). *การจัดการความรู้สู่การสร้างองค์กรที่ประสบความสำเร็จ*. *วารสารนักบริหาร*. 35(1) : 133-141
- นิรมิต เทียมทัน. (2555). *กลยุทธ์การบริหารจัดการที่มุ่งความสำเร็จขององค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.
- เนตร์พัฒนา ยาวิราช. (2552). *ภาวะผู้นำและเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุกริน คุ่มเมือง. (2556). *อิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและการรับรู้บรรยากาศขององค์กรที่มีผลต่อ ความเป็นเลิศในการให้บริการผ่านคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามปรัชญาองค์กรของพนักงานกลุ่ม ธุรกิจเฟรนไชส์ เดอะฟิชซ่าคอมปานี เครือบริษัท เดอะไมเนอร์ฟู้ดกรุ๊ป จำกัด*. กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- บุรชัย ศิริมหาสาคร. (2551). *จัดการความรู้สู่ความเป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2561). *ผลิตรถยนต์ 1.8 ล้านคัน ส่งออกดูดเงินเข้า ประเทศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก <https://www.prachachat.net/%0Afacebook-instant-article/news-93528%0A>.
- ประมวล พระดลั. (2551). *ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีและพานิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2553). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ศักดิ์ แก้วมีสี. (2552). *ผลกระทบประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการวิชาบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พรธณี สนวนเพลง. (2552). *เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พลพฐ ปิยะวรรณ และสุภาพร เขิงเยี่ยม. (2552). *ระบบสารสนเทศทางการบัญชี*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชนี นนทศักดิ์ และคณะ. (2552). *การจัดการสมัยใหม่ (ปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- พัชรา หาญเจริญกิจ. (2556). *มาตรฐานการปฏิบัติงาน*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิชารณัฐ มหาศาลมงคล. (2553). *การบริหารองค์การธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำของจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมป์ฟอร์ด.
- โพสทูเดย์. (2561). *สภาอุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560. จาก <https://www.posttoday.com/economy/545203>.
- ไพรวรรณ โยธาสุภาพ. (2548). *ผลกระทบของความรู้ความสามารถขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ไพบูลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรนนทน. (2551). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. (2560). *การจัดการความรู้*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก http://arit.lpru.ac.th/KM/what_km.html
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. (2554). *การจัดการนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- วศินี เทพรำพึง. (2555). *ผลกระทบของนวัตกรรมทางการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มน้ำในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วัฒนา เอกปมิตรศิลป์. (2559). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วันชัย มีชาติ. (2552). *การบริหารองค์การ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2554). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2555). *การบริหารจัดการของหน่วยงานของรัฐ*. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- ศักดิ์ดา สมแสน. (2556). *ผลกระทบของความสำเร็จของการจัดการความรู้ที่มีต่อการพัฒนาองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล และเจษฎาพร ยุทธธนวิบูลย์ชัย. (2549). *ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีการจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศูนย์นวัตกรรมภาครัฐ. (2560). *ความหมายของนวัตกรรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก <https://www.opdc.go.th/psic/main.php?url=content&gp=1&mn=6>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (n.d.). *sme ก้าวทันกระแสยานยนต์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEANalysis/Documents/ThaiAutomotive4.pdf>
- ศูนย์สารสนเทศยานยนต์สถาบันยานยนต์. (2558). *สถิติ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก <http://data.thaiauto.or.th/iu3/>
- ศศิธร รักษาชนม์. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- สกาวรัตน์ จงพัฒนากร. (2550). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2560). *สู่ความเป็นเลิศกับสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก suthep.crru.ac.th/mgnt36.doc

สภาอุตสาหกรรม. (2559). *อุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก

<https://www.fti.or.th/2016/thai/index.aspx>

สมชาย นำประเสริฐชัย. (2558). *การจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ. (2553). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อ

การเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33(128), 49-65

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2560). *สมาชิก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก

<http://www.thaiautoparts.or.th/index.php?op=member-index>

สมาน อัสวภูมิ. (2559). ความเป็นเลิศและการจัดการความเลิศ. *วารสารบริหารการศึกษาระดับบัณฑิต*

มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุบลราชธานี, 16(1), 1-7

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553). *ผู้นำ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก

<http://www.ocsc.go.th/report/gov-policy>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2560). *การนำองค์กร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน

2560 จาก www.dnp.go.th/Desystem/G3.pdf

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2560). *นวัตกรรม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก

<http://www.nia.or.th/nia/th/publication/>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2560). *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถานฉบับ พ.ศ. 2542*. สืบค้นเมื่อวันที่

30 กันยายน 2560 จาก <http://www.royin.go.th/dictionary>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). *การจัดการความรู้ คืออะไร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน

2560 จาก <http://www.oae.go.th/km/>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). *รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2560 และ*

แนวโน้มปี 2561. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม

สุกัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณธ์แสง. (2552). เส้นทางของการสร้างองค์กรแห่ง

ความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ

สุธรรม ธรรมทัศนานนท์. (2554). *หลักการ ทฤษฎีและนวัตกรรมการบริหารการศึกษ*. มหาสารคาม:

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุรสิทธิ์ ลอยแก้ว. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จกับ*

ความสำเร็จในการดำเนินงาน ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

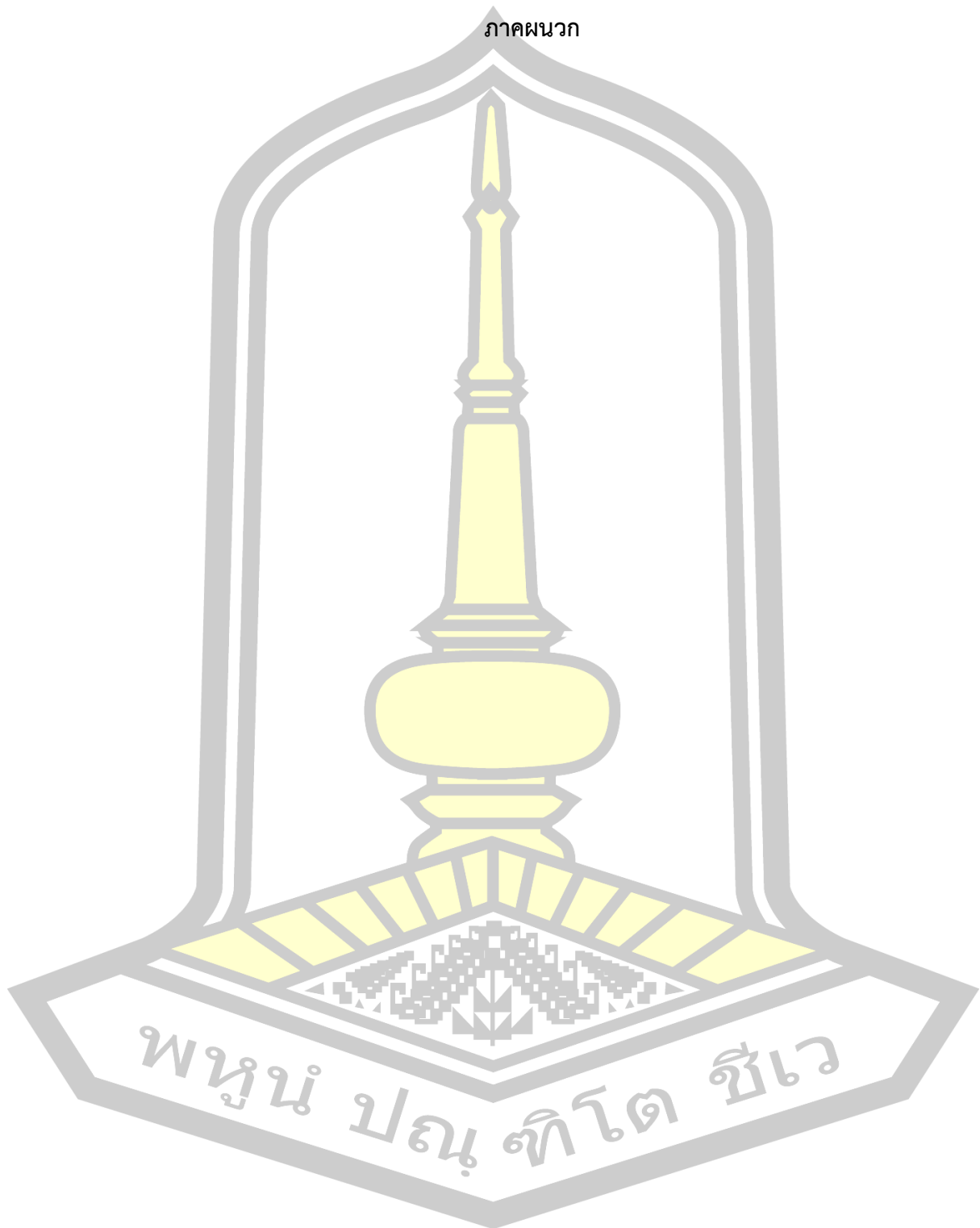
- อนุชิต ฮุนสวัสดิกุล. (2560). *การพัฒนาภาวะผู้นำกับการบริหารการเปลี่ยนแปลง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก [https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi6xvKP_LLVAhUBNo8KHdP7DZ0QFghbMAg&url=http%3A%2F%2Fwww.chonburi.go.th%2FLinkClick.aspx%3Ffileticket%3DPJqE3tJKJIE%253D%26tabid%3D100%26mid%3D413%26language%3D&usq=.](https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=9&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi6xvKP_LLVAhUBNo8KHdP7DZ0QFghbMAg&url=http%3A%2F%2Fwww.chonburi.go.th%2FLinkClick.aspx%3Ffileticket%3DPJqE3tJKJIE%253D%26tabid%3D100%26mid%3D413%26language%3D&usq=)
- อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์. (2556). *อิทธิพลของการตลาดภายในที่มีต่อความเป็นเลิศทางการบริการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัชณา ลิ้มบีไพฑูรย์. (2561). *ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก <http://www.thansettakij.com/index.php/content/268379>.
- อาศยา โชติพานิช. (2553). *การบริการที่ดี*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อินทอร โควังชัย. (2554a). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับคุณภาพการบริหารงาน วิชาการ โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4 การศึกษาอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. (2561). *อุตสาหกรรมยานยนต์ไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560 จาก <https://www.eeco.or.th/industry/>.
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2004). *Marketing Research*. New York: John Wiley & Sons.
- Avi, M., & Dorothy, E. L. (2001). Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 107–136.
- Baye, M. R. (2014). *Managerial Economics and Business strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Bernardin, J. (2012). *Human Resource Management*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Davison, R. H. (2011). Essays in Ottoman and Turkish history. *University of Texas Press*, 1774–1923.
- Deb, S. (2014). Information technology, its impact on society and its future. *Advances in Computing*, 4(1), 25–29.
- Deporter, B. (2000). *The 8 Keys of Excellence: Principles to Live By*. New York: Forum Learning.

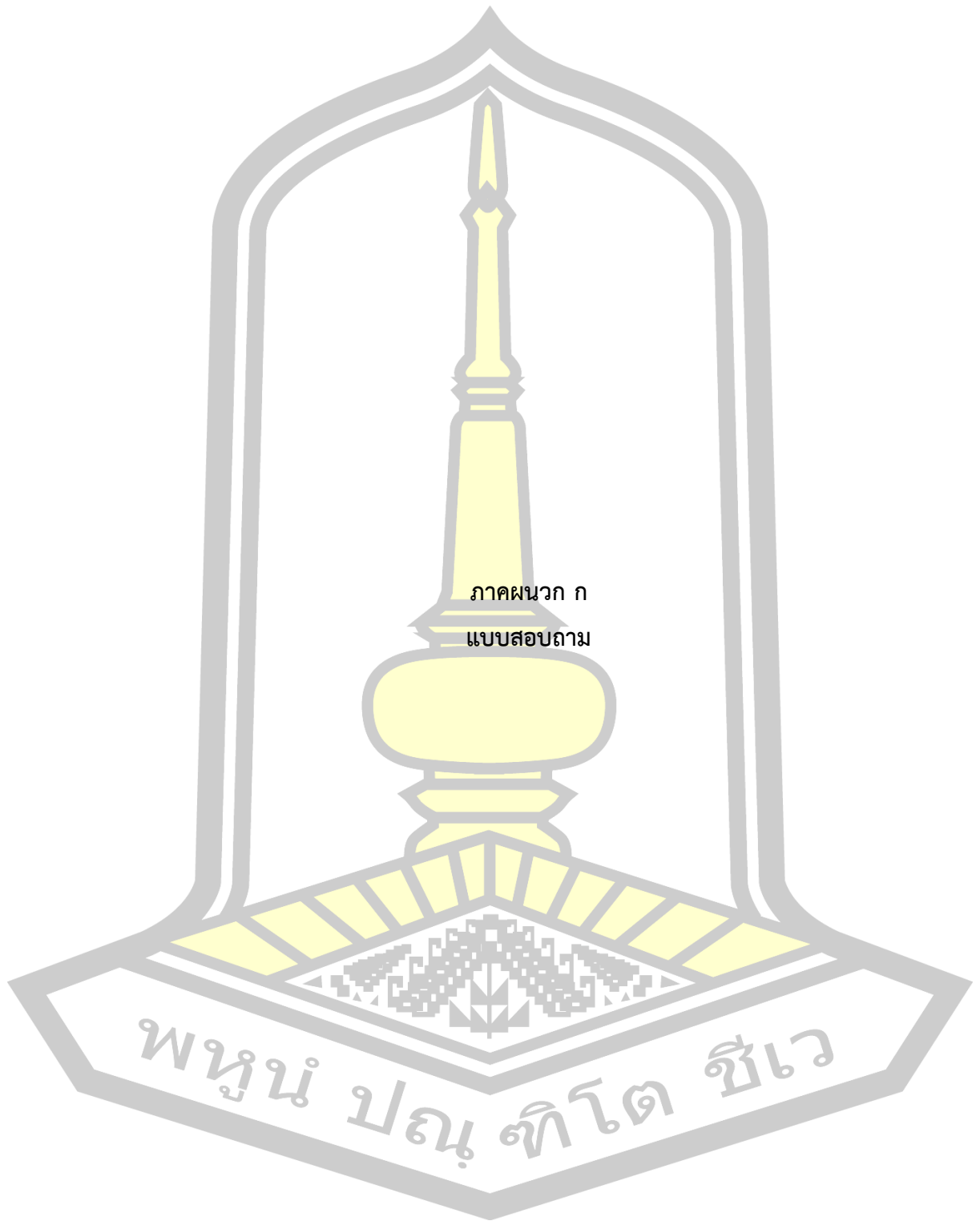
- Erturgut, R. & Serhat, S. (n.d.). The problem of sustainability of organizational success in public educational institutions: a research on the education administrators in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 2092–2102.
- Gebauer, H., Hagen, W. & Bernhard, T. (2012). Absorptive capacity, learning processes and combinative capabilities as determinants of strategic innovation. *European Management Journal*, 30(1), 57–73.
- Harold, K. & Heinz, W. (2015). *Management*. India: McGraw - Hill.
- Henrie, M., Hedgepeth, O. (2003). *Size is important in knowledge management*. Retrieved September 30, 2018. from <http://www.tlaine.com/artial 53.htm>
- Kucza, T. (2008). *Knowledge Management Process Mode*. Retrieved September 30, 2018. From <http://www.inf.vtt.fi/pdf/publications/2001/p455.pdf> 2001.
- Lambert, L. I. N. D. A. (2003). Shifting conceptions of leadership: Towards a redefinition of leadership for the twenty-first century. *Handbook of Educational Leadership and Management*, 5–15.
- Lok, P. & John, C. (2004). The effect of organisational culture and leadership style on job satisfaction and organisational commitment: A cross-national comparison. *Journal of Management Development*, 23(4), 321–338.
- Leiponen, A. (2005). Skill and Innovation. *Science Direct*. 23(5-6) : 303-323
- Nunnally, J. C. & Ira, H. B. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGrawHill.
- Oltean, F. D., Manuela, R. G. & Lia, C. C. (2014). Relation Between Information Technology and Performance: an Empirical Study Concerning the Hotel Industry in Mures County. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1535–1542.
- Paschek, D., Larisa, I. & Anca, D. (2018). Knowledge Management–The Foundation for a Successful Business Process Management. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 238.
- Passerini, K., Tarabishy, A. El. & Karen, P. (2012). Information technology for small business: managing the digital enterprise. *Springer Science & Business Media*.
- Pearce, J. A. (2015). *Strategic Management: An Executive Perspective*. New York: Business Expert Press.

- Porssa, A. & Hojjat, M. (2016). Develop an Information Technology Model to Improve Customer Service in NIGCS1. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 167–174
- Pride, W. M. (2007). *Marketing*. New York, NY: John Wiley.
- Randeree, K. & Mathews, N. (2011). Leadership and teams in business: a study of IT projects in the United Arab Emirates. *International Journal of Managing Projects in Business* 4, 1, 28–48.
- Rendulic, D. I. (2011). Basic Concepts of Information and Communication Technology. *Open Society for Idea Exchange Zagreb*.
- Semuel, H., Siagian, H. & Stefanie, O. (2017). The effect of leadership and innovation on differentiation strategy and company performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 237, 1152–1159.
- Yıldız, S., Baştürk, F. & İlknur, T. B. (2014). The effect of leadership and innovativeness on business performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 785–793.



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

พหุบัณฑิตยาลัย จุฬาลงกรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 30 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

() โสด

() สมรส

() หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

() น้อยกว่า 5 ปี

() 5 - 10 ปี

() 11 - 15 ปี

() มากกว่า 15 ปี

6. รายได้สุทธิต่อเดือน

() ต่ำกว่า 30,000 บาท

() 30,000 - 60,000 บาท

() 60,001 - 90,000 บาท

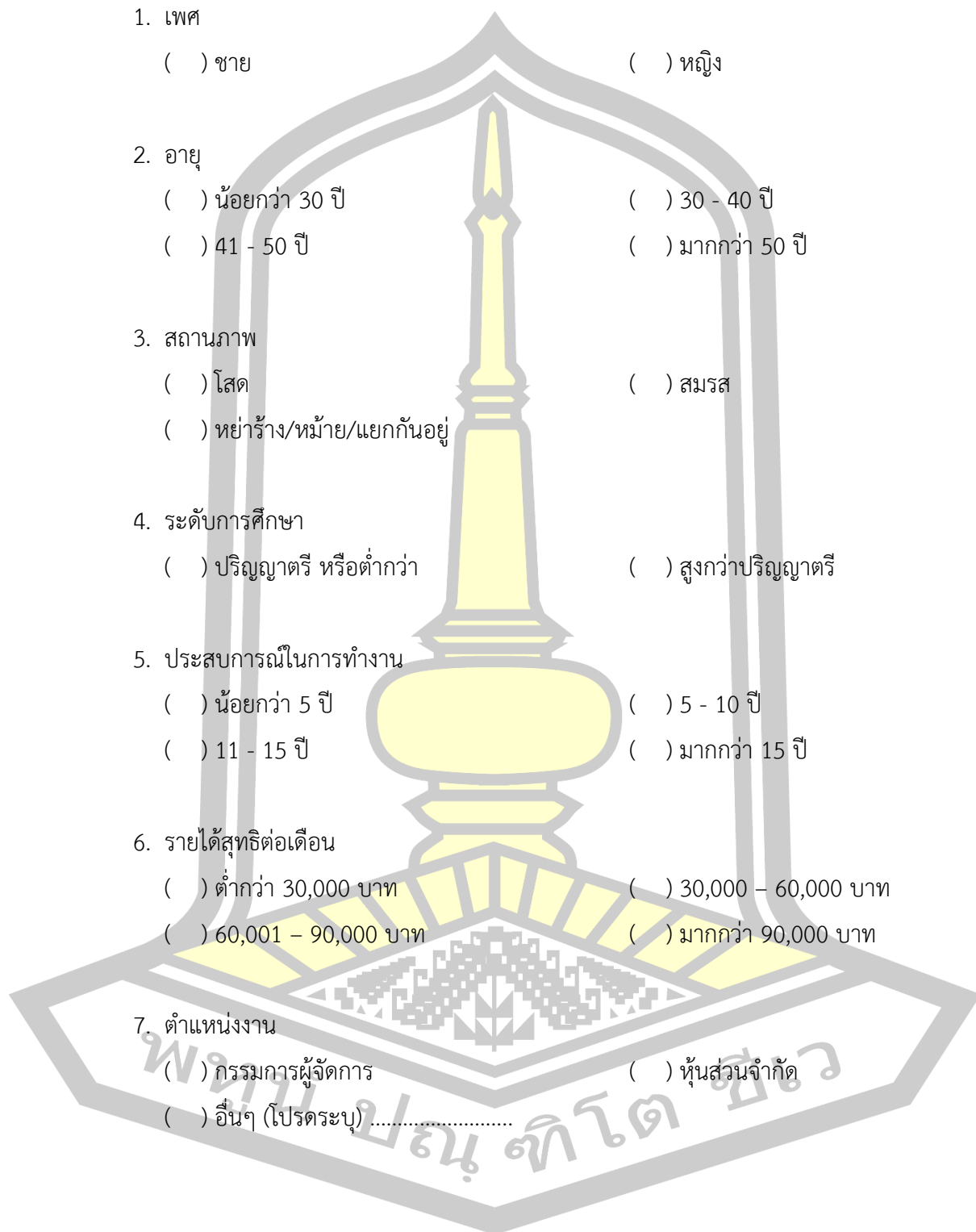
() มากกว่า 90,000 บาท

7. ตำแหน่งงาน

() กรรมการผู้จัดการ

() หุ้นส่วนจำกัด

() อื่นๆ (โปรดระบุ)



ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

1. รูปแบบธุรกิจ

() บริษัทจำกัด

() ห้างหุ้นส่วนจำกัด

2. ภูมิภาคที่ตั้ง

() ภาคกลาง

() ภาคตะวันออก

() ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

() ภาคตะวันตก

3. ทุนในการดำเนินงาน

() ไม่เกิน 50,000,000 บาท

() 50,000,000 - 100,000,000 บาท

() 100,000,001 - 150,000,000 บาท

() มากกว่า 150,000,000 บาท

4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

() ไม่เกิน 5 ปี

() 5 - 10 ปี

() 11 - 15 ปี

() มากกว่า 15 ปี

5. จำนวนพนักงาน

() น้อยกว่า 50 คน

() 50 - 150 คน

() 151 - 250 คน

() มากกว่า 250 คน

6. รายได้เฉลี่ยต่อปี

() ไม่เกิน 100,000,000 บาท

() 100,000,001 - 200,000,000 บาท

() 200,000,001 - 300,000,00 บาท

() มากกว่า 300,000,000 บาท

พูน ปณ ทิโต ชีเว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น เพื่อแสดงความคิดเห็นว่าท่านมีความคิดเห็น
มากหรือน้อยเพียงใดกับข้อความข้างล่างนี้

การบริหารความเป็นเลิศ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความเป็นผู้นำ					
1.กิจการส่งเสริมผู้บริหารให้ความรู้ความสามารถและบริหารงานให้เป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน					
2.กิจการสนับสนุนผู้บริหารให้เป็นแบบอย่างในการทำงานที่มุ่งมั่นที่ดีให้กับพนักงาน					
3.กิจการให้ความสำคัญกับผู้บริหารให้สามารถจูงใจพนักงานทำงานตามที่มอบหมายให้บรรลุผลสำเร็จ					
4.กิจการส่งเสริมผู้บริหารให้สามารถกระตุ้นให้พนักงานทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
5.กิจการสนับสนุนผู้บริหารให้มีความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการงานที่เป็นระบบ					
ด้านนวัตกรรม					
1.กิจการให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
2.กิจการตระหนักถึงการพัฒนากระบวนการผลิตที่สามารถลดต้นทุนการผลิตตลอดจนลดระยะเวลาการทำงานลง					
3.กิจการให้ความสำคัญกับการออกแบบกระบวนการดำเนินงานที่ตึงศักยภาพการทำงานของพนักงานออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่					
4.กิจการให้ความสำคัญกับการหากลยุทธ์และกระบวนการทำงานใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

การบริหารความเป็นเลิศ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.กิจการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนได้นำเสนอความคิดในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง					
ด้านการจัดการความรู้					
1.กิจการสนับสนุนพนักงานให้พัฒนาศักยภาพความรู้ความชำนาญในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง					
2.กิจการส่งเสริมพนักงานทุกคนให้มีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้การทำงานระหว่างกัน					
3.กิจการส่งเสริมให้พนักงานอบรมศึกษาดูงานภายนอกองค์กร และนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ					
4.กิจการให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในกิจการเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจในการบริหารจัดการงาน					
5. กิจการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลให้กิจการต้องมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถ การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง					
6.กิจการให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ในการวิเคราะห์ประมวลผลและสรุปผล และนำมาใช้ประกอบการพิจารณาเลือกโครงการหรือกิจกรรมที่ดีที่สุด					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

การบริหารความเป็นเลิศ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1.กิจกรรมมุ่งเน้นนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยเสริมกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงาน					
2.กิจกรรมให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงาน					
3.กิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกันทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้ E-Mail , Chat หรือ Webboard					
4.กิจกรรมมุ่งเน้นการประสานงานกับหน่วยงานแต่ละฝ่ายด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย					
5.กิจกรรมตระหนักถึงการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ					



ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) เพียงหนึ่งข้อเท่านั้น เพื่อแสดงความคิดเห็นว่าท่านมีความคิดเห็น
 มากหรือน้อยเพียงใดกับข้อความข้างล่างนี้

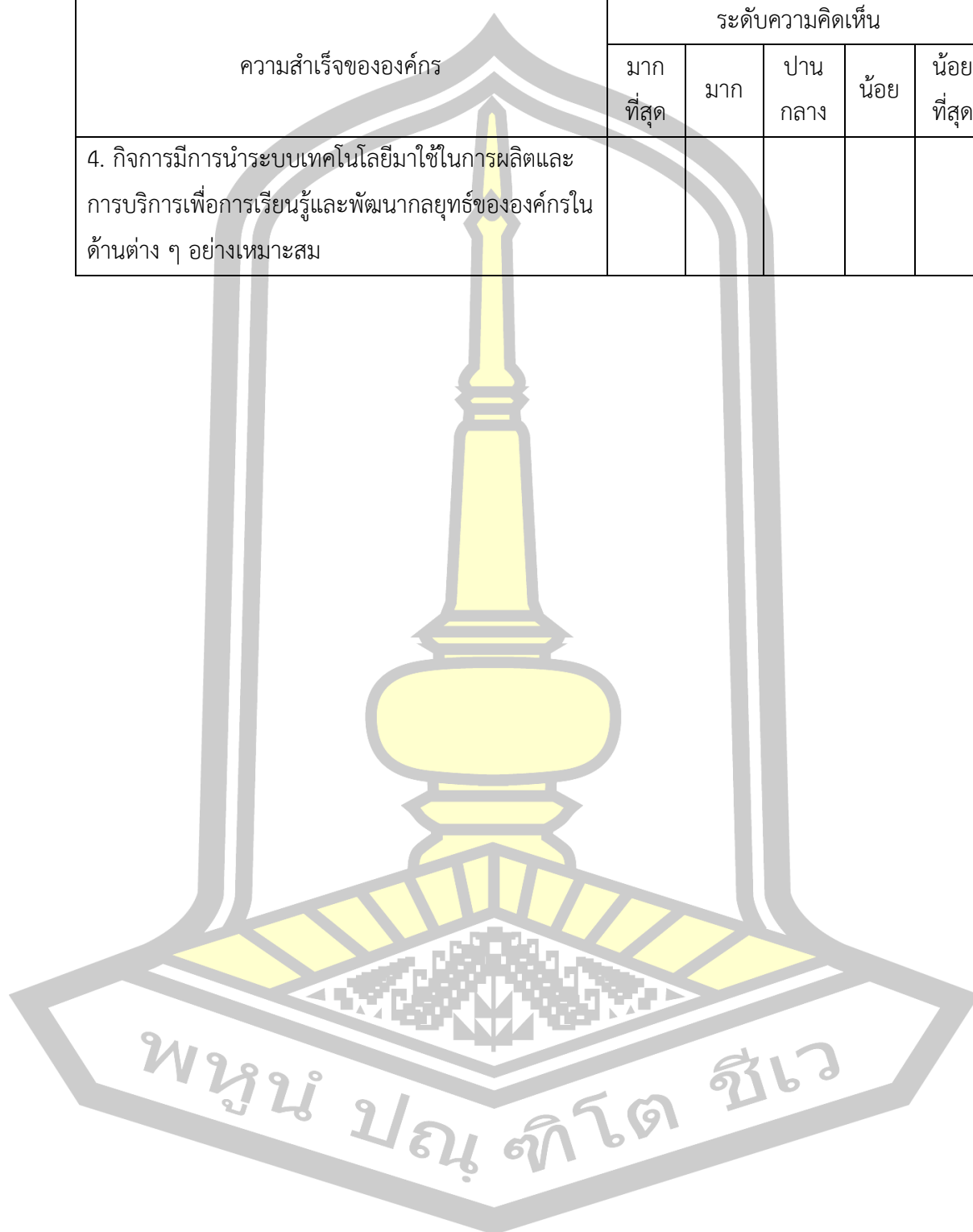
ความสำเร็จขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเงิน					
1. กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้ทรัพยากรลงได้อย่างต่อเนื่องส่งผลให้ กิจการมีกำไรเพิ่มขึ้น					
2. กิจการมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา					
3. กิจการสามารถมีเป้าหมายทางธุรกิจได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าที่ผ่านมา					
4. กิจการสามารถเจาะเป้าหมายทางธุรกิจได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
5. กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายโดยรวมอย่างเป็นรูปธรรม					
6. กิจการสามารถลดความซับซ้อนหรือการกระทำที่เปล่าประโยชน์ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านลูกค้า					
1. กิจการได้นำคำแนะนำติชมของลูกค้า มาวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง					
2. กิจการมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ					
3. กิจการสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา					
4. กิจการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้บริการในระหว่างก่อนและหลังการขาย					

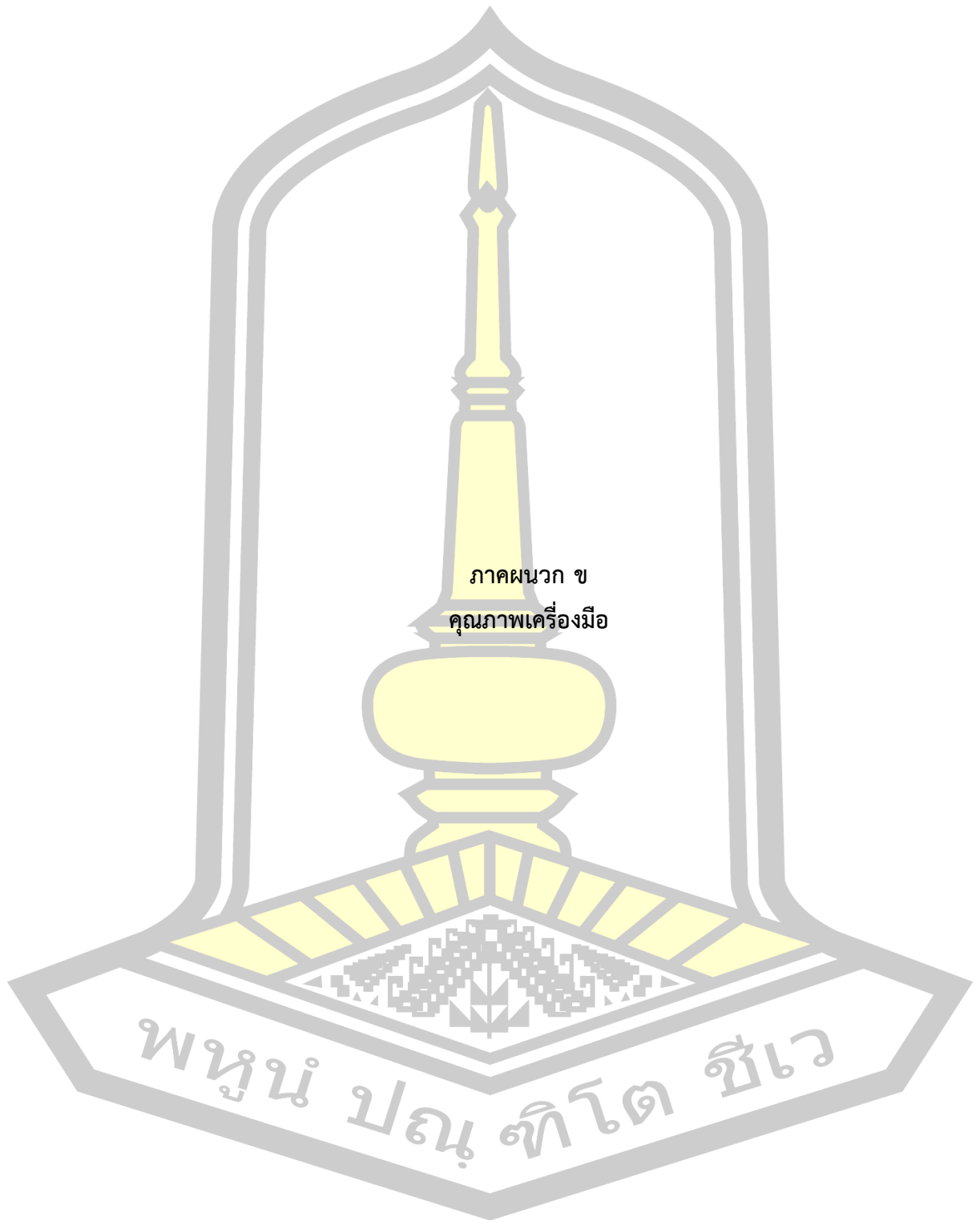
ตอนที่ 4 (ต่อ)

ความสำเร็จขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. ลูกค้าเก่าได้มาใช้บริการของกิจการได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน					
6. ลูกค้าใหม่เข้ามาใช้บริการของกิจการอย่างต่อเนื่อง					
7. กิจการมีภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม					
ด้านกระบวนการภายใน					
1. กิจการมีการจัดสรรทรัพยากรในการผลิตและการบริการ ในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม					
2. กิจการมีการพัฒนาทีมงานให้มีความรู้ความสามารถในการให้บริการลูกค้า ทั้งก่อนและหลังการขาย					
3. กิจการมีการพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมของพนักงาน เพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย					
4. กิจการมีการเลือกกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมกับเป้าหมายทางธุรกิจ เพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ					
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา					
1. กิจการมีการรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาฝีมือของพนักงานในตำแหน่งเดียวกัน					
2. กิจการมีการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของกิจการอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรม เป็นต้น					
3. กิจการประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากที่สามารถทำให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และเสนอความคิดเห็นมากขึ้น					

ตอนที่ 4 (ต่อ)

ความสำเร็จขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. กิจการมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและการบริการเพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม					





ภาคผนวก ข
คุณภาพเครื่องมือ

พหุบัน ปณุ ทิโต ชีเว

ตาราง 47 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

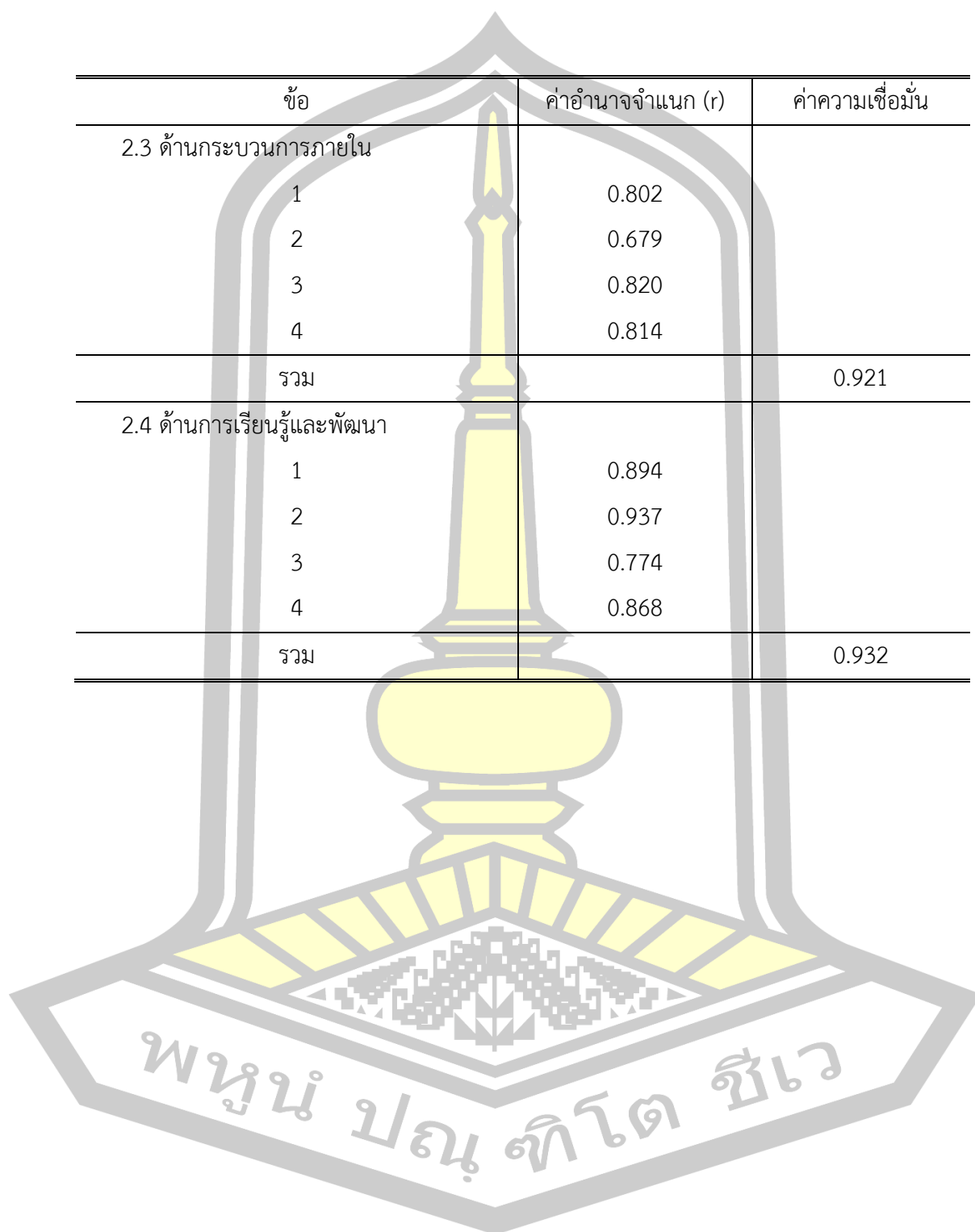
ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. การบริหารความเป็นเลิศ		
1.1 ด้านความเป็นผู้นำ		
1	0.877	
2	0.950	
3	0.834	
4	0.828	
5	0.860	
รวม		0.961
1.2 ด้านนวัตกรรม		
1	0.828	
2	0.885	
3	0.817	
4	0.805	
5	0.970	
รวม		0.844
1.3 ด้านการจัดการความรู้		
1	0.994	
2	0.898	
3	0.964	
4	0.718	
5	0.884	
6	0.817	
รวม		0.917

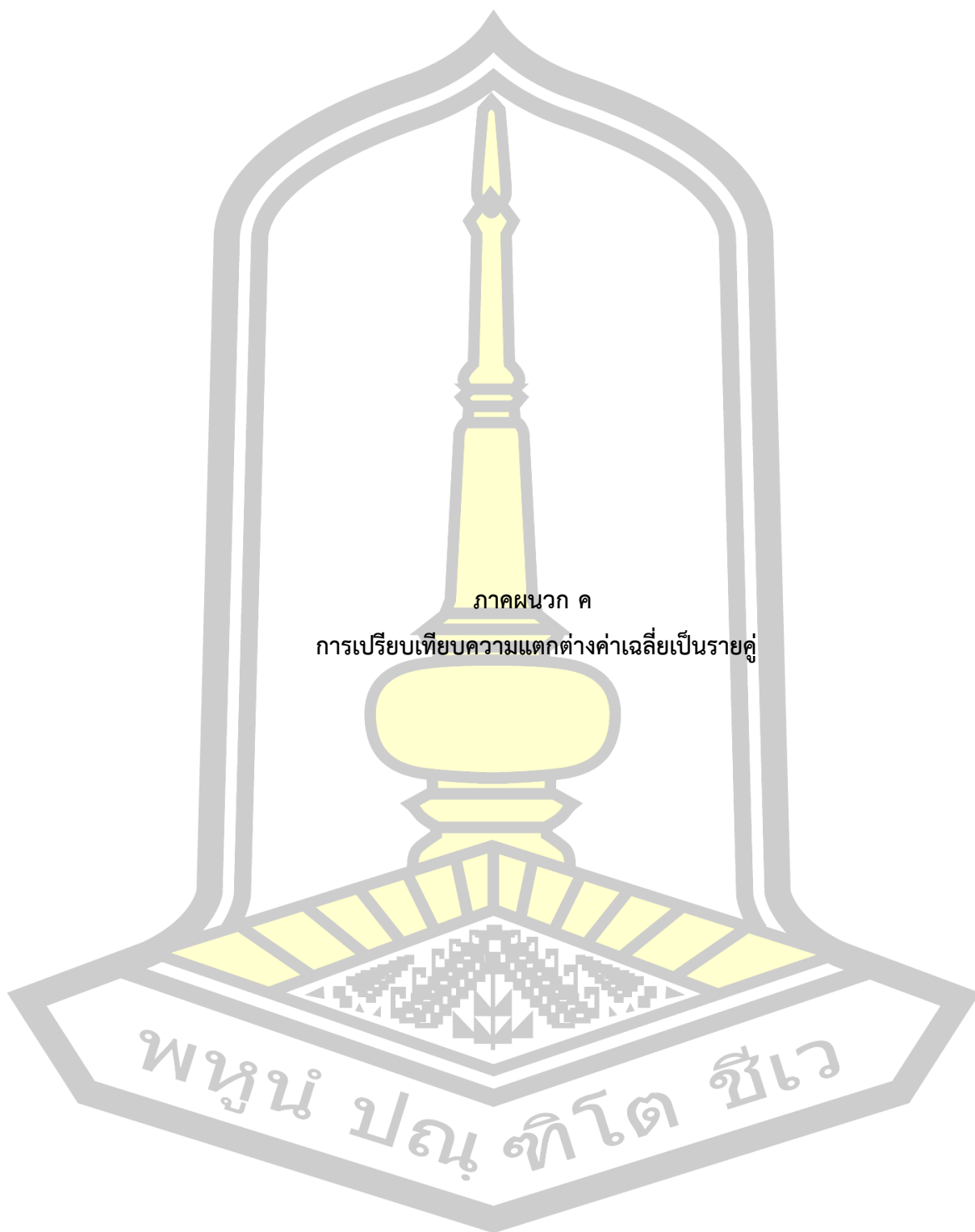
ตาราง 47 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ		
1	0.828	
2	0.791	
3	0.759	
4	0.761	
5	0.837	
รวม		0.921
2. ความสำเร็จขององค์กร		
2.1 ด้านการเงิน		
1	0.669	
2	0.819	
3	0.997	
4	0.973	
5	0.713	
6	0.724	
รวม		0.910
2.2 ด้านลูกค้า		
1	0.776	
2	0.847	
3	0.898	
4	0.819	
5	0.802	
6	0.935	
7	0.837	
รวม		0.946

ตาราง 47 (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
2.3 ด้านกระบวนการภายใน		
1	0.802	
2	0.679	
3	0.820	
4	0.814	
รวม		0.921
2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา		
1	0.894	
2	0.937	
3	0.774	
4	0.868	
รวม		0.932





ภาคผนวก ค

การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

พหุคูณ ปณ ทิโต ชีเว

ตาราง 48 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ทุนในการดำเนินงาน		50,000,000 – 100,000,000	ต่ำกว่า 50 ล้าน	100,000,001 – 150,000,000	มากกว่า 150 ล้าน
	\bar{x}	3.63	3.85	3.90	4.10
50,000,000 – 100,000,000	3.63	-	0.247	0.344	0.064
ต่ำกว่า 50 ล้าน	3.85		-	0.992	0.646
100,000,001 – 150,000,000	3.90			-	0.875
มากกว่า 150 ล้าน	4.10				-

ตาราง 49 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศโดยรวม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.52	3.69	3.83	4.21
5-10 ปี	3.52	-	0.723	0.146	0.001*
11-15 ปี	3.69		-	0.650	0.006*
มากกว่า 15 ปี	3.83			-	0.047*
น้อยกว่า 5 ปี	4.21				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

พูน ปรณ ทิโต ชีเว

ตาราง 50 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

Univariate Tests						
Dependent Variable		SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านความเป็นผู้นำ	Contrast	5.805	3	1.935	5.135*	0.002
	Error	59.540	158	0.377		
2. ด้านนวัตกรรม	Contrast	5.242	3	1.747	4.425*	0.005
	Error	62.388	158	0.395		
3. ด้านการจัดการความรู้	Contrast	7.197	3	2.399	6.042*	0.001
	Error	62.736	158	0.397		
4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	Contrast	9.000	3	3.000	7.601*	<0.0001
	Error	62.356	158	0.395		

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 51 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็น
ผู้นำของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{X}	3.53	3.71	3.83	4.18
5-10 ปี	3.53	-	0.760	0.243	0.004*
11-15 ปี	3.71		-	0.783	0.028
มากกว่า 15 ปี	3.83			-	0.107
น้อยกว่า 5 ปี	4.18				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 52 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.56	3.70	3.86	4.16
5-10 ปี	3.56	-	0.858	0.240	0.012*
11-15 ปี	3.70		-	0.629	0.045
มากกว่า 15 ปี	3.86			-	0.249
น้อยกว่า 5 ปี	4.16				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 53 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ
ด้านการจัดการความรู้ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน
การดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.51	3.70	3.78	4.23
5-10 ปี	3.51	-	0.718	0.336	0.001*
11-15 ปี	3.70		-	0.925	0.013
มากกว่า 15 ปี	3.78			-	0.025
น้อยกว่า 5 ปี	4.23				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

พหุ ประถมศึกษา

ตาราง 54 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน
การดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.47	3.65	3.85	4.26
5-10 ปี	3.47	-	0.751	0.086	0.000*
11-15 ปี	3.65		-	0.437	0.003*
มากกว่า 15 ปี	3.85			-	0.054
น้อยกว่า 5 ปี	4.26				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 55 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเป็นเลิศ เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน

Univariate Tests						
Dependent Variable		SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านความเป็นผู้นำ	Contrast	1.512	3	0.504	1.248	0.294
	Error	63.832	158	0.404		
2. ด้านนวัตกรรม	Contrast	1.696	3	0.565	1.355	0.259
	Error	65.935	158	0.417		
3. ด้านการจัดการความรู้	Contrast	0.704	3	0.235	0.535	0.659
	Error	69.229	158	0.438		
4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	Contrast	1.936	3	0.645	1.469	0.225
	Error	69.420	158	0.439		

ตาราง 56 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน

ภูมิภาคที่ตั้ง		ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันตก
	\bar{X}	3.68	3.85	4.10
ภาคกลาง	3.68	-	0.259	0.093
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.85		-	0.521
ภาคตะวันตก	4.10			-

ตาราง 57 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน

Univariate Tests						
Dependent Variable		SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านการเงิน	Contrast	3.571	2	1.786	4.405	0.014
	Error	64.454	159	0.405		
2. ด้านลูกค้า	Contrast	4.339	2	2.170	5.528*	0.005
	Error	62.407	159	0.392		
3. ด้านกระบวนการภายใน	Contrast	1.772	2	0.886	2.076	0.129
	Error	67.879	159	0.427		
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	Contrast	0.571	2	0.286	0.682	0.507
	Error	66.625	159	0.419		

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 58 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีภูมิภาคที่ตั้งแตกต่างกัน

ภูมิภาคที่ตั้ง		ภาคกลาง	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันตก
	\bar{X}	3.68	3.85	4.10
ภาคกลาง	3.68	-	0.259	0.093
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.85		-	0.521
ภาคตะวันตก	4.10			-

ตาราง 59 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีทุนในการดำเนินงานแตกต่างกัน

Univariate Tests						
Dependent Variable		SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านการเงิน	Contrast	2.664	3	0.888	2.147	0.096
	Error	65.361	158	0.414		
2. ด้านลูกค้า	Contrast	3.935	3	1.312	3.299	0.022
	Error	62.811	158	0.398		
3. ด้านกระบวนการภายใน	Contrast	2.286	3	0.762	1.787	0.152
	Error	67.365	158	0.426		
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	Contrast	1.248	3	0.416	0.996	0.396
	Error	65.949	158	0.417		

ตาราง 60 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{X}	3.52	3.63	3.74	4.19
5-10 ปี	3.52	-	0.906	0.402	0.001*
11-15 ปี	3.63		-	0.763	0.002*
มากกว่า 15 ปี	3.74			-	0.010*
น้อยกว่า 5 ปี	4.19				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นรายด้าน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

Univariate Tests						
Dependent Variable		SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านการเงิน	Contrast	7.420	3	2.473	6.448*	0.000
	Error	60.606	158	0.384		
2. ด้านลูกค้า	Contrast	6.445	3	2.148	5.629*	0.001
	Error	60.301	158	0.382		
3. ด้านกระบวนการภายใน	Contrast	8.608	3	2.869	7.427*	0.000
	Error	61.043	158	0.386		
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	Contrast	6.257	3	2.086	5.407*	0.001
	Error	60.940	158	0.386		

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 62 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.42	3.52	3.53	4.09
5-10 ปี	3.42	-	0.946	0.907	0.003*
11-15 ปี	3.52		-	0.908	0.005*
มากกว่า 15 ปี	3.53			-	0.002*
น้อยกว่า 5 ปี	4.09				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 63 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.49	3.70	3.88	4.17
5-10 ปี	3.49	-	0.632	0.074	0.003*
11-15 ปี	3.70		-	0.549	0.035
มากกว่า 15 ปี	3.88			-	0.252
น้อยกว่า 5 ปี	4.17				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125



ตาราง 64 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านกระบวนการภายในของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน
การดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.56	3.61	3.76	4.28
5-10 ปี	3.56	-	0.995	0.596	0.001*
11-15 ปี	3.61		-	0.647	0.001*
มากกว่า 15 ปี	3.76			-	0.006*
น้อยกว่า 5 ปี	4.28				-

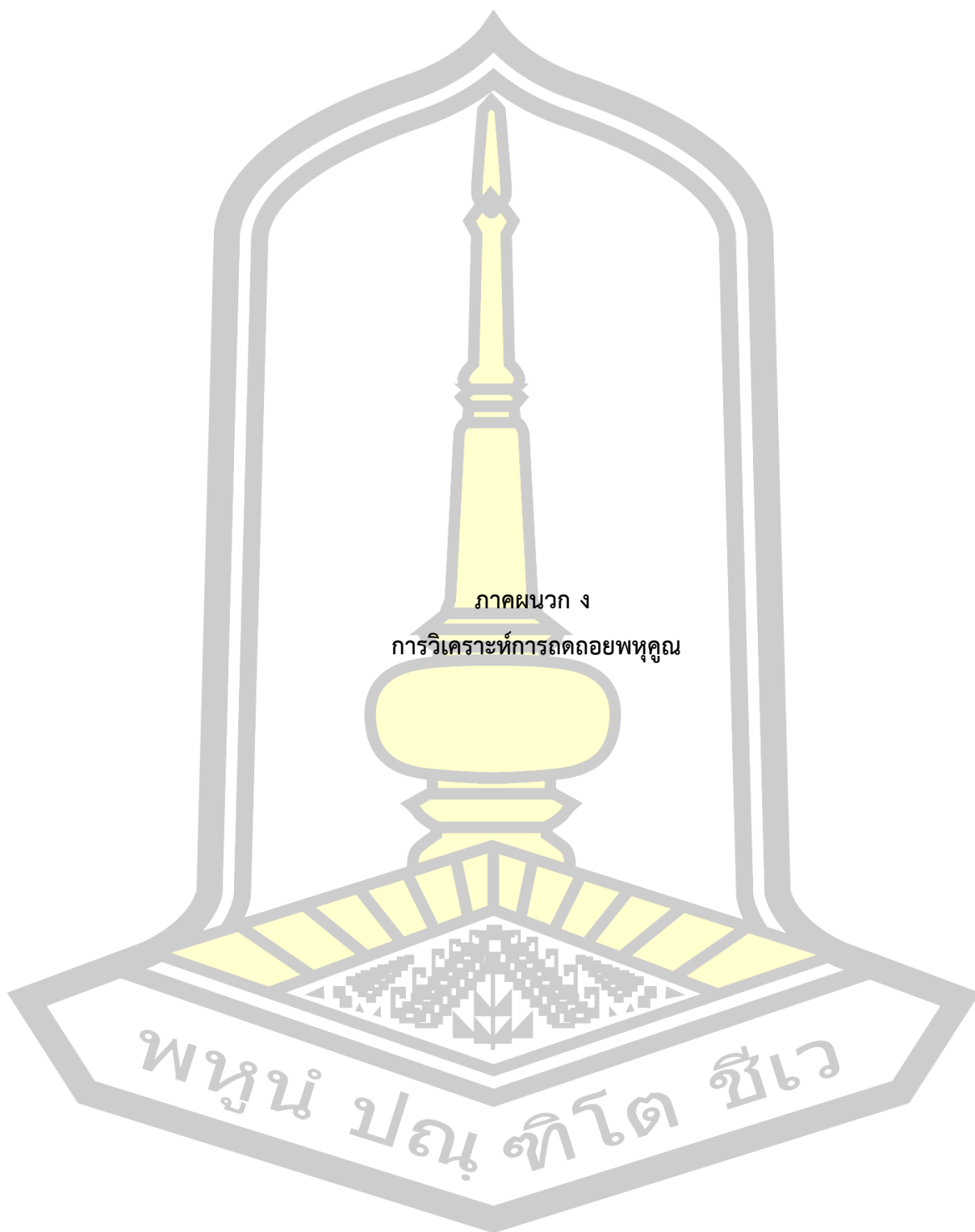
* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

ตาราง 65 ผลเปรียบเทียบเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่มีระยะเวลาใน
การดำเนินงานแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน		5-10 ปี	11-15 ปี	มากกว่า 15 ปี	น้อยกว่า 5 ปี
	\bar{x}	3.57	3.66	3.79	4.21
5-10 ปี	3.57	-	0.965	0.541	0.006*
11-15 ปี	3.66		-	0.763	0.008*
มากกว่า 15 ปี	3.79			-	0.038
น้อยกว่า 5 ปี	4.21				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.0125

พูน ปรน ทิโต ชีเว



ภาคผนวก ง
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

พูน ปรณ ทิโต ชีเว

ตาราง 66 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร
โดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.471	0.130	3.622	<0.0001
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.201	0.062	3.228*	0.002
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.319	0.066	4.837*	<0.0001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.341	0.060	5.644*	<0.0001
F = 220.488 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.807				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 67 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเงิน ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.727	0.211	3.447	0.001
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.422	0.095	4.423*	<0.0001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.334	0.094	3.539*	0.001
F = 95.224 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.539				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร
ด้านลูกค้า ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านลูกค้า		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.442	0.167	2.646	0.009
ด้านนวัตกรรม (INN)	0.290	0.080	3.612*	<0.0001
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.274	0.085	3.232*	0.001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.325	0.078	4.180*	<0.0001
F = 140.723 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.722				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 69 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จขององค์กร
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.535	0.168	3.181	0.002
ด้านการจัดการความรู้ (KNO)	0.455	0.076	5.983*	<0.0001
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (INF)	0.402	0.075	5.338*	<0.0001
F = 192.327 p = < <0.0001 Adj R ² = 0.704				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายพงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล
วันเกิด	วันศุกร์ที่ 8 ตุลาคม พ.ศ. 2536
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 293/1-3 ถนน แสงอรุช อำเภอ เชียงยืน จังหวัด มหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44160
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้จัดการร้านกิตติพงศ์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ร้านกิตติพงศ์ บ้านเลขที่ 293/1-3 ถนน แสงอรุช อำเภอ เชียงยืน จังหวัด มหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 44160
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2549 ประถมศึกษา โรงเรียนประถมสาริตมมหาวิทาลัย มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พ.ศ. 2554 มัธยมศึกษา โรงเรียนมัธยมสาริตมมหาวิทาลัย มหาสารคาม อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พ.ศ. 2558 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2562 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2562 ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (กจ.ม.) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พจนัน ปณฺ ทิโต ชีเว



พหุณฺ์ ปณฺุ ทิโต ชีเว