

ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร  
ของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

Effects of Excellence Management on Organization Success of  
Thai Automotive Industry

พงศ์ศักดิ์ รัชตเวชกุล\* นวลละออง อรรถรังสรรค์<sup>2</sup> และคมกริช วงศ์แห<sup>2</sup>

Pongsak Rudchatawctchakun\* Nuanlaong Attharangsun<sup>2</sup> and Komkrit Vongka<sup>2</sup>

Received : July 12, 2019 Revised : April 22, 2019 Accepted : September 3, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 162 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร 2) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร และ 3) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ควรให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ โดยองค์กรควรสนับสนุนพนักงานเกิดการพัฒนาด้านตนเองอยู่เสมอ และต้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ภายในองค์กร นอกจากนี้ องค์กรควรให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ประมวลผล และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน หรือพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยองค์กรควรส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อช่วยเสริมกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงานทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การบริหารความเป็นเลิศ ความสำเร็จขององค์กร

\* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

\* Master Student, Master of Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>2</sup> Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

<sup>3</sup> อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>3</sup> Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

## Abstract

The purpose of this study is to study the effects of excellence management on organization success of Thai automotive industry. Data were collected from 162 of industry executives in Thailand and questionnaires were used as a tool and statistic in analyzing. The Statistics used for analyzing the data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. Results revealed that : 1) excellence management in innovation has a positive relationship and impact on organizational success 2) excellence management in knowledge management has a positive relationship and impact on organizational success and 3) excellence management in information technology 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.

**Keywords :** Excellence Management, Organizational Success

## 1. บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วซึ่งอาจเกิดจากหลายปัจจัย อาทิ การมุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีเครื่องจักรคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนกิจการ โดยภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของรัฐบาลไทย ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์นับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของไทย ที่มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกระแสการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของโลก รวมถึงอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต้องปรับตัวเข้าสู่สภาวะการแข่งขันของห่วงโซ่อุปทานโลกที่ก้าวข้ามการเป็นฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ มุ่งไปสู่การให้ความสำคัญกับการทำวิจัย และพัฒนายานยนต์สมัยใหม่ที่ต้องการการออกแบบและคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงสมัยใหม่มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560 : เว็บไซต์) ดังนั้น การกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคต จึงเป็นกลไกสำคัญที่ภาครัฐต้องให้การสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อน การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยสู่ความยั่งยืนในเวทีระดับโลก (กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์, 2559 : เว็บไซต์)

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์จัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยที่มีศักยภาพสูงสุดในอาเซียน โดยปี 2560 ประเทศไทยได้มีการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีการมูลค่าการส่งออก 9,033.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่าเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกปี 2559 มีมูลค่า 8,233.54 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.72 ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญ (3 อันดับแรก) ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และมาเลเซีย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2561 : 18) นอกจากนี้ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยแสดงยอดการผลิตรถยนต์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มีจำนวน 1.78 แสนคัน เพิ่มขึ้นจากช่วง

เดียวกันของปีก่อน 15.37% ส่งผลให้ภาพรวม 2 เดือนแรกของปี 2561 มียอดการผลิต 3.44 แสนคัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 12.28% (โพสต์ทูเดย์, 2561 : เว็บไซต์) และในปี พ.ศ. 2563 ภายใต้การเปิดเสรีการค้าเต็มรูปแบบของประชาคมอาเซียนผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทย จะต้องเพิ่มศักยภาพให้เข้มแข็งขึ้น เนื่องด้วยหลายประเทศในอาเซียนต่างเริ่มดำเนินนโยบายด้านนี้ อาทิ อินโดนีเซีย รวมถึงการเปิดประเทศของเมียนมาร์ได้ส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรายใหญ่จากญี่ปุ่นที่ลงทุนในประเทศไทยต่างเริ่มปรับแผน และเตรียมใช้ประเทศเมียนมาร์เป็นแหล่งในการผลิตชิ้นส่วนที่ไม่เน้นเทคโนโลยีมากนัก เพื่อลดต้นทุนการผลิต ดังนั้น ผู้ประกอบการในประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารงานให้มีคุณภาพ ตลอดจนจนถึงการพัฒนาศักยภาพด้านแรงงาน และเน้นการวิจัยพัฒนาให้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนในประเทศไทย (อัชฌา ลิมปิโพทอร์ย์, 2561 : เว็บไซต์)

การบริหารความเป็นเลิศ (Excellence Management) เป็นกระบวนการจัดการองค์กร เพื่อยกระดับคุณภาพในการดำเนินงาน ตั้งแต่การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ทรัพยากรทุน ทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการพัฒนาการเรียนรู้ และการเพิ่มทักษะความสามารถอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร การออกแบบงานให้เกิดความประสานร่วมมือระหว่างกัน และการวัดประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม พร้อมทั้งมีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และสามารถดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการลูกค้า ได้ตามความคาดหวังจนทำให้เกิดความพึงพอใจ อีกทั้งยังต้องนำนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพสินค้า เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถให้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด โดยมีการประยุกต์แนวคิดเรื่อง เส้นทางการสร้างองค์กรแห่งความเป็นเลิศของสุกัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณท์แสง (2552 : 147) มาประกอบในการศึกษาการบริหารองค์กร เพื่อนำไปสู่การสร้างองค์กรให้มีความเป็นเลิศในการทำงาน เพื่อนำองค์กรให้ประสบความสำเร็จในอนาคต ประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ (Leadership) นวัตกรรม (Innovation) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ดังนั้น การบริหารความเป็นเลิศจะช่วยยกระดับองค์กรให้มีคุณภาพในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จในอนาคต

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ภายใต้บริบทสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตามแผนงาน โดยทำให้เป้าหมายที่วางไว้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ ในการวัดความสำเร็จขององค์กรจึงใช้เครื่องมือ การวัดผลงานเชิงดุลยภาพ (Balance Scorecard) ซึ่งเป็นการวัดที่ครอบคลุมในมิติทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspectives) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) (พลุ เดชะรินทร์, 2548 : 61-107) ซึ่งการดำเนินงานให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้ตรงกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเป็นผู้นำ นวัตกรรม การจัดการความรู้ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ผู้บริหารต้องประยุกต์ใช้การวัดความสำเร็จขององค์กรในมิติที่กว้างขึ้นมาเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร

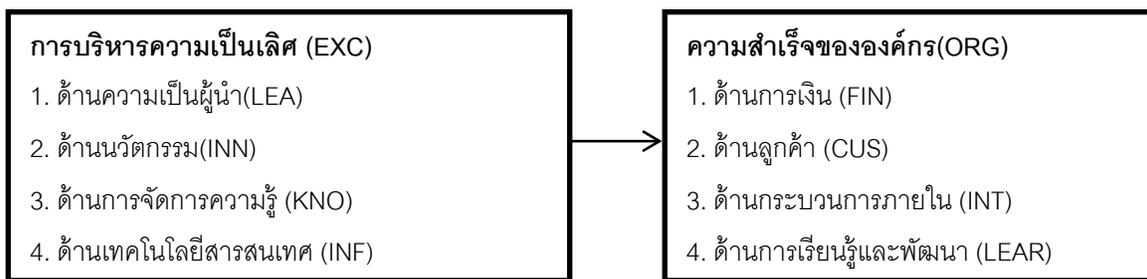
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การบริหารความเป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาการบริหารความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความสามารถใน

การบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายหรือนโยบายขององค์กรสร้างกลยุทธ์ที่จะปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

## 2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การบริหารความเป็นเลิศได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

### รูปภาพประกอบ 1 โมเดลของการบริหารความเป็นเลิศ และความสำเร็จขององค์กร



### 2.1 การบริหารความเป็นเลิศ (Excellence Management)

กระบวนการจัดการองค์กรเพื่อยกระดับคุณภาพในการดำเนินงาน ตั้งแต่การวางแผนการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดแบ่งโครงสร้างองค์กร การออกแบบงานให้เกิดความประสานร่วมมือระหว่างกัน และการวัดประเมินผลการทำงานที่เหมาะสม และการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานและสามารถดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตามความคาดหวังจนทำให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายขององค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการบริหารความเป็นเลิศประกอบด้วย (สุภัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณษ์แสง, 2552 : 147)

2.1.1 ด้านความเป็นผู้นำ (Leadership) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการยอมรับและมีความสามารถในการชักนำ จูงใจ ชี้นำ ใช้อิทธิพล หรืออำนาจที่มีอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกไว้วางใจ และยินดีที่จะกระทำตามการชักจูงของบุคคลที่ตนเองยอมรับ เพื่อที่จะให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มีประสิทธิภาพ

2.1.2 ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การรวบรวม การผสมผสาน หรือการสร้างสรรคความรู้ จนกลายเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ โดยสิ่งใหม่เป็นได้ทั้งสินค้า บริการ กระบวนการดำเนินงาน ซึ่งจะทำให้เกิด การพัฒนา ศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้สูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้

2.1.3 ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) หมายถึง กระบวนการจัดการความรู้ที่นำเอาข้อมูลที่อยู่รูปแบบต่าง ๆ เช่น ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคล มาประมวลผลให้กลายเป็นสารสนเทศ และจัดเก็บในแหล่งข้อมูลที่บุคคลสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ ที่องค์กรจัดเตรียมไว้ เพื่อนำความรู้ ที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งก่อให้เกิดการแบ่งปัน และถ่ายโอนความรู้ และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจาย และไหลเวียนทั่วทั้งองค์กรอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิต และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการจัดเก็บความรู้เป็นการจัดเก็บทั้งภายในและภายนอกองค์กร

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

## 2.2 ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success)

ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ภายใต้บริบทสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตามแผนงานโดยทำให้เป้าหมายที่วางไว้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยในการวัดผลสำเร็จขององค์กร ประกอบด้วย (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 61-107)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของกำไร ขององค์กร และเป็นตัวกำหนดถึงการควบคุมในด้านการเงินของธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย ที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

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

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

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

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการบริหารความเป็นเลิศ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 : การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 : การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 4 : การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย

### 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 618 คน (สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย, 2560 : เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 จำนวน 618 ฉบับ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 45 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม

เมื่อครบตามระยะเวลา 45 วัน ในวันที่ 15 สิงหาคม 2561 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 168 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 162 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 26.21 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

#### 3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

การบริหารความเป็นเลิศ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความเป็นผู้นำ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการชักนำ จูงใจ ชื่นนำ ใช้อิทธิพล หรืออำนาจที่มีอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ให้ได้บังคับบัญชา รู้สึกไว้วางใจ และยินดีที่จะกระทำตามการชักจูง 2) ด้านนวัตกรรม 5 ข้อ โดยครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพของการผลิต จัดส่ง จำหน่าย บุคลากร 3) ด้านการจัดการความรู้ 6 ข้อ โดยครอบคลุมกระบวนการจัดการความรู้ที่นำเอาข้อมูลที่อยู่รูปแบบต่าง ๆ มาประมวลผลให้กลายเป็นสารสนเทศ และ 4) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเทคโนโลยีที่ใช้จัดการเก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูล ประมวลผล และใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ

ความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมการเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร ลูกค้า และการลดลงของค่าใช้จ่าย 2) ด้านลูกค้า จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเทคโนโลยีใหม่ ๆ การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการฝึกอบรมความรู้แก่พนักงาน การสำรวจความต้องการของพนักงาน การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนาความสามารถ

#### 3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation การบริหารความเป็นเลิศ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.718 – 0.994 และ ความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.669 – 0.997 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Ira (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) ซึ่งการบริหารความเป็นเลิศ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.844 – 0.961 และ ความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.910 – 0.946 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Ira (1978) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามวิธีของ Cronbach ว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

### 3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศ กับการสำเร็จขององค์กรของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$ORG = \beta_0 + \beta_1 LEA + \beta_2 INN + \beta_3 KNO + \beta_4 INF + \epsilon$$

เมื่อ	ORG	แทน	ความสำเร็จขององค์กร โดยรวม
	LEA	แทน	การบริหารความเป็นเลิศ ด้านความเป็นผู้นำ
	INN	แทน	การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม
	KNO	แทน	การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้
	INF	แทน	การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

## 4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเป็นเลิศ กับการสำเร็จขององค์กรโดยรวม ของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย

ตัวแปร	ORG	LEA	INN	KNO	INF	VIFS
	3.75	3.81	3.82	3.79	3.80	
S.D.	0.60	0.64	0.65	0.66	0.67	
ORG		0.771*	0.821*	0.855*	0.852*	
LEA			0.756*	0.799*	0.781*	3.231
INN				0.835*	0.804*	3.888
KNO					0.833*	4.862
INF						4.055

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารความเป็นเลิศ มีค่าตั้งแต่ 3.231-4.862 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา

Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

**ตาราง 2** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย

การบริหารความเป็นเลิศ	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.429	0.134	3.199*	0.002
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 R<sup>2</sup> = 0.804

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากการนวัตกรรมก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งการตลาด นอกจากนี้นวัตกรรมยังช่วยในการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือสินค้าหรือบริการใหม่ให้กับลูกค้า ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจินตหรา แสงทะระ (2556 : 92) กล่าวว่า การก้าวเข้าสู่โลกยุคโลกาภิวัตน์ทำให้การแข่งขันในเชิงธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ เรื่อง เช่น การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างเสรี ไร้พรมแดน เป็นต้น นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องคำนึงถึง เพราะสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ นวัตกรรมจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม และต้องพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการบริการขององค์กรให้มีความทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อยู่เสมอ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Semuel, Siagian, และ Stefanie (2017 : 1157-1158) และ Yildiz, Baştürk, และ İlknur (2014 : Abstract) กล่าวว่า นวัตกรรมมีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ และนวัตกรรมยังช่วยสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์กับบริษัทคู่แข่ง ดังนั้น ธุรกิจควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเยาวลักษณ์ จิตต์วีโรดม (2548 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า กฎเกณฑ์สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารต้องปรับปรุงความสามารถขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีนวัตกรรมโดยพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมเป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือระบบการจัดการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

2) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านการจัดการความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากการจัดการความรู้ ถือว่าเป็นหนึ่งในกระบวนการที่ทั้งองค์กรต้องมีการเรียนรู้ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบหลักที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตัวบุคคลทำให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างเป็นระบบแบบแผน โดยใช้องค์ความรู้ภายในองค์กรมาใช้งานให้เกิด

ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Paschek, Larisa, และ Anca (2018 : 182-191) กล่าวว่า ยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีความรู้ที่ทันสมัย เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถดำเนินธุรกิจได้ ผ่านทางการติดต่อเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงต้องมีภาวะห้อย่างรวดเร็ว เพื่อปรับกระบวนการทำงาน และกำหนดทิศทางที่ดีที่สุดสำหรับบริษัท ดังนั้น บริษัทจำเป็นต้องมีการจัดการความรู้ เพื่อให้สามารถจัดการกระบวนการใหม่ ๆ ได้อย่างดีที่สุด ตลอดจนการมีกรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้มีการจัดการข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับบริษัท ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์ดา สมแสน (2556 : 91-92) กล่าวว่า ธุรกิจจำเป็นต้องมีการจัดการกับความรู้ โดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร โดยนำมาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์กับองค์กร รวมถึงการมีระบบที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ เพื่อนำมาถ่ายทอดหรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตหรา แสงทะรา (2556 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า การเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในองค์กร และด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต

3) การบริหารความเป็นเลิศ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว โดยส่งผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในแต่ละวัน อีกทั้งข้อมูลข่าวสารได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือเพื่อการสื่อสารในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ทั้งทางธุรกิจ เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ทำให้ธุรกิจสามารถกระจายสารสนเทศต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว ดังนั้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จะเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจ ให้บริการลูกค้า และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงหทัย ใจภักดี (2559 : บทคัดย่อ) กล่าวว่า ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การกำหนดแผนงานการดำเนินงาน การกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพที่เหนือกว่าในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ รวมทั้งมีการเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Porssa และ Hojjat (2016 : 173) กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรมีส่วนในการเพิ่มความรับผิดชอบของพนักงาน และเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศยังส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร ตลอดจนกระบวนการทำงานของพนักงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของบริษัทดีขึ้น และเพิ่มศักยภาพขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oltean, Manuela, และ Lia (2014 : 1542) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐานทั่วไปจะช่วยในการดำเนินงานทั่วไป ๆ แต่เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา และเว็บไซต์จะช่วยเพิ่มผลการดำเนินงาน ไปในทิศทางบวก นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นปัจจุบันในการจัดการองค์กรร่วมกับการพัฒนาการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า จะเพิ่มมูลค่าในการบริการแก่ลูกค้า

## 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

### 5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจควรมีการศึกษาผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของกลุ่มธุรกิจอื่น เช่น อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมผลิตอาหารกระป๋อง เพื่อเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในการปฏิบัติงาน และพัฒนาผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดใหม่ ๆ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

## 5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยมีการดึงพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อให้เกิดการคิดค้นกระบวนการที่ทำให้สามารถลดต้นทุนในกระบวนการผลิตลง อีกทั้งการให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะช่วยให้เกิดการขยายกลุ่มลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น
2. ผู้บริหารควรส่งเสริมและสนับสนุนพนักงานให้มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร นอกจากนี้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ ประมวลผล และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน หรือพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้
3. ผู้บริหาร ควรส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อช่วยเสริมกระบวนการขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงานทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ

## 6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาผลกระทบของการบริหารความเป็นเลิศ ที่มีต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย จำนวน 162 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารความเป็นเลิศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีความสำเร็จขององค์กร

ดังนั้น ผู้บริหารอุตสาหกรรมยานยนต์ประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเป็นเลิศ ดังนั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ควรให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ โดยองค์กรควรสนับสนุนพนักงานเกิดการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และต้องเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร นอกจากนี้องค์กรควรให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลสารสนเทศ มาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ ประมวลผล และช่วยในการตัดสินใจในการลงทุน หรือพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยองค์กรควรส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อช่วยเสริมกระบวนการ ขั้นตอน วิธีการหรือกระบวนการใด ๆ ในงานทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และการประสานงานกัน ทั้งภายในและภายนอกให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอ

## เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์. (2559). *การกำหนดทิศทางอุตสาหกรรมยานยนต์*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <http://www.aic.or.th/home>
- จินตหรา แสงทะรา. (2556). *ผลกระทบของศักยภาพทางด้านนวัตกรรมสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดวงหทัย ใจภักดี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พลุ เดชะรินทร์. (2548). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โพสทูเดย์. (2561). *สภาอุตสาหกรรม*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <https://www.posttoday.com/economy/545203>
- เยาวลักษณ์ จิตต์วโรดม. (2548). *นวัตกรรมในมุมมองที่เป็นกฎเกณฑ์หลักในการพัฒนาธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศักดิ์ดา สมแสน. (2556). *ผลกระทบของความสำเร็จของการจัดการความรู้ที่มีต่อการพัฒนาองค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *sme ก้าวทันกระแสยานยนต์*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/ThaiAutomotive4.pdf>
- สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. (2560). *สมาชิก*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <http://www.thaiautoparts.or.th/index.php?op=member-index>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2561). *รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2560 และแนวโน้มปี 2561*. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.
- สุกัญญา ศุภกิจอำนวย และดุลยปวีณ กรณธ์แสง. (2552). *กลยุทธ์ ดัด ต่อ โต ฝ่าวิกฤตสู่เวทีโลก*. กรุงเทพฯ : เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป.
- อัชฌา ลิมปีไพฑูรย์. (2561). *ส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์*. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2561, จาก <http://www.thansettakij.com/index.php/content/268379>
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics : for contemporary decision making*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York : McGraw-Hill.
- 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(2018), 182-191.

Porssa, A., & Hojjat, M. (2016). Develop an Information Technology Model to Improve Customer Service in NIGCS1. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229(2016), 167–174.

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(2017), 1152–1159.

Yıldız, S., Baştürk, F., & İlkur, T. B. (2014). The effect of leadership and innovativeness on business performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150(2014), 785–793.