

ผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันและบุพปัจจัยต่อการรับรู้ ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย

พรสิทธิ์ สุริยาภูมิธรรม^{1*}

ประยงค์ มีใจชื่อ²

นรพล จินันท์เดช³

Received 26 December 2023

Revised 10 March 2024

Accepted 11 March 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน และการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ 2) ผลกระทบของทีมที่ทรงพลังต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน 3) ผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมต่อความสามารถในการแข่งขันและการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ และ 4) ผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์จากพนักงานระดับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และหัวหน้างานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย จำนวน 9 ราย ข้อมูลเชิงปริมาณรวบรวมจากพนักงานระดับปฏิบัติการ ในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย จำนวน 539 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบเชิงบวกต่อทีมที่ทรงพลังและต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ ทีมที่ทรงพลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมและต่อความสามารถในการแข่งขัน การมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันและการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ ความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การตามลำดับ ซึ่งผู้บริหารในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพผลงานให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป

คำสำคัญ: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน การรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า

^{1 2 3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 282 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

Email: ² p.meechaisue@gmail.com, ³ norapol9@yahoo.com

* Corresponding author email: pornsit2516@gmail.com

THE IMPACT OF COMPETITIVENESS AND ITS ANTECEDENTS ON PERCEIVED ORGANIZATIONAL PERFORMANCE IN THAILAND'S ELECTRIC VEHICLE PARTS INDUSTRY

Pornsit Suriyawuthitham¹

Prayong Meechaisue²

Norapol Chinundech³

Abstract

The purpose of this study was to examine 1) the influence of entrepreneurial orientation on effective team, innovation orientation, competitiveness, and perceived organizational performance; 2) the influence of effective team on innovation orientation and competitiveness; 3) the influence of innovation orientation on competitiveness and perceived organizational performance; and 4) the influence of competitiveness on perceived organizational performance in the Thai electric vehicle parts industry. Qualitative data were collected through interviews with nine executives, experts and supervisors in the Thai electric vehicle parts industry. Quantitative data were collected from 539 employees at the operational level in the Thai electric vehicle parts industry. The quantitative data was analyzed using a structural equation model. The study found that entrepreneurial orientation positively influenced effective team and innovation orientation at a statistically significant level, but not competitiveness or perceived organizational performance. The effective team had a positive impact on innovation orientation and competitiveness. Innovation orientation had a positive effect on competitiveness and perceived organizational performance. Competitiveness had a positive impact on perceived organizational performance. Executives in the automotive parts industry could apply the findings from this study according to their suitability to continuously improve performance quality.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Effective Team, Innovation Orientation, Competitiveness, Perceived Organizational Performance, Electric Vehicle Parts Industry

^{1 2 3} Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, 282 Ramkhamhaeng Road, Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240

Email: ² p.meechaisue@gmail.com, ³ norapol9@yahoo.com

* Corresponding author email: pornsit2516@gmail.com

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศไทยยังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านจากระบบเครื่องยนต์สันดาปภายใน ไปสู่การใช้รถยนต์ไฟฟ้า EV โดยในปี 2564 รถยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในแบบเดิมมีการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และรถยนต์สามารถสร้างรายได้ด้วยการส่งออกให้กับประเทศสูงถึงประมาณ 29,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับในปี 2563 สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 21,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 36.2 (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2565, น. 1) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญใน 3 มิติ ได้แก่ 1) สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากแนวคิดด้านการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นแนวคิดที่สำคัญในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน หากแต่รถยนต์ส่วนใหญ่ที่มีการใช้งานอยู่ทั่วไปเป็นรถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์สันดาปภายในจะมีการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลในการขับเคลื่อน ซึ่งเป็นการใช้พลังงานที่มีประสิทธิภาพต่ำและก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะจากการปล่อยก๊าซมลพิษต่าง ๆ เช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ซึ่งก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก และเป็นส่วนหนึ่งของวิกฤตโลกร้อน อีกทั้งยังส่งมลพิษทางเสียงที่อาจก่อให้เกิดเสียงรบกวนและความรำคาญอีกด้วย 2) สถานการณ์ด้านพลังงานที่มีการปรับตัวสูงขึ้นเป็นอย่างมาก อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากความต้องการใช้พลังงานที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงผลกระทบจากสงครามยูเครน-รัสเซีย ซึ่งประเทศรัสเซียถือได้ว่าเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกพลังงานเป็นอันดับต้นของโลก ได้ทำการหยุดส่งจ่ายพลังงานให้กับประเทศคู่ค้า ทำให้ราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น และ 3) สถานการณ์โรค Covid-19 ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้พลังงานของคนกลุ่มใหญ่ (พิชิต ภาสบุตร และคณะ, 2565, น. 116-118) และพฤติกรรมของคนกลุ่มดังกล่าวมีความเปิดรับต่อเทคโนโลยีพลังงานมากขึ้น โดยเฉพาะพลังงานไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ปัจจุบันกล่าวส่งผลไปถึงการคาดการณ์ของกระทรวงพลังงานที่มีการคาดการณ์การใช้พลังงานสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ภายหลังจากมาตรการผ่อนคลายการระบาดของโรค Covid-19 ซึ่งกระทบต่อราคาพลังงานทุกประเภทปรับตัวสูงขึ้น (กระทรวงพลังงาน, 2565, น. 1) ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจในเทคโนโลยีพลังงานทดแทนที่มีการเพิ่มสูงมากขึ้น และรวมไปถึงความสนใจในการติดตั้งสถานีชาร์จรถไฟฟ้าและความสนใจในการเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าควบคู่กันไปด้วย

ปัจจุบันอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์จะมีการส่งออกไปยังต่างประเทศต้องเผชิญกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เช่น จีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย อินโดนีเซียและแอฟริกาใต้ (ฐานกร บัญจันทร์, 2560 น.1-5; พิริยสทธิ์ อยู่ประพัฒน์ และตรีเนตร ตันตระกูล, 2563, น. 480-485) รวมทั้งจากการที่อุตสาหกรรมยานยนต์โลกมุ่งไปสู่ยุคความเป็นอัจฉริยะด้วยการใช้ชิ้นส่วนจากนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัล อิเล็กทรอนิกส์และสัญญาณอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารหรือควบคุมการทำงานของรถยนต์และใช้เครื่องยนต์จากพลังงานไฟฟ้า ได้แก่ รถยนต์ไฟฟ้า BEV (Battery Electric Vehicles: BEV) และรถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid Electric Vehicles: PHEV) ที่ผสมระหว่างระบบขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้าจากแบตเตอรี่และระบบที่ใช้น้ำมัน ทั้งยังเสียบปลั๊กชาร์จไฟจากภายนอกได้ (สมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย, 2560, น. 1-3) ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ไทยต้องสร้างผลิตภัณฑ์ไปตามแนวทางนั้นเพราะจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้เพิ่มขึ้นได้ (ศูนย์กสิกรไทย, 2561, น. 1-7) และอีกหนึ่งปัญหาที่สำคัญคือความต้องการของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าหรือการผลิตยานยนต์ที่ใช้ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ขั้นสูง อีกทั้งยังไม่มี

การลงทุนเพิ่มในสายงานการประกอบรถยนต์ เพราะส่วนใหญ่ยังเป็นการนำเข้ามาเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ดังนั้นธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องติดตามทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีเพื่อความสะดวกสบาย รวมไปถึงอุปกรณ์ที่ช่วยสร้างความบันเทิงบนหน้าจอสัมผัสที่เชื่อมต่อบนอินเทอร์เน็ต (พิริยสทธิ์ อยู่ประพัฒน์ และตรีเนตร ตันตระกูล, 2563, น. 486-487) นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวก อุปกรณ์ตรวจจับวัดสัญญาณต่าง ๆ เพื่อวัดสุขภาพและความพร้อมของผู้ขับขี่ ทั้งนี้อาจจะนำไปสู่การนวัตกรรมขับเคลื่อนแบบอัตโนมัติไร้คนขับ เป็นต้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561 น. 2-3; ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์, 2558 น. 5-10) เมื่อเป็นเช่นนี้จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์เดิม จำเป็นจะต้องหันมาแข่งขันในธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้าเพิ่มเติม โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาและเทคโนโลยี เพื่อรองรับต่อความต้องการของตลาดยานยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้นมากเรื่อย ๆ ดังนั้นธุรกิจยานยนต์เหล่านี้จำเป็นต้องมีแนวทางในการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ การสร้างทีมที่สร้างความเปลี่ยนแปลง การปรับปรุงทักษะของพนักงาน การจัดหาทรัพยากรใหม่ เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter, 1990, pp. 2-7) สอดคล้องไปกับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยผู้ประกอบการและผู้บริการจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตให้สามารถเกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ขาดไม่ได้คือความพร้อมของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์มองเห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการทั้งในเรื่องของทรัพยากรที่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากชิ้นส่วนรถยนต์สันดาปเดิมกลายเป็นชิ้นส่วนรถยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อีกทั้งยังต้องมีความสามารถในการจัดการรูปแบบและวางแผนงานในการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงโครงสร้างองค์กรที่คอยสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมการผลิต และการทำงานของพนักงานให้เกิดขึ้น ความสามารถในการตัดสินใจของแนวคิดของผู้ประกอบการจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การเปลี่ยนผ่านไปสู่ธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้าประสบความสำเร็จ

สำหรับงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันและบุปปัจจัยอันประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขันต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทยจากความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวโดยมุ่งเป้าทำให้งานวิจัยนี้เพื่อเพิ่มเติมนองค์ความรู้ทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงเพื่อพัฒนาการรับรู้ผลการดำเนินการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อทีมที่ทรงพลังการมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน และ การรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของทีมที่ทรงพลังต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย

3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมต่อความสามารถในการแข่งขัน และการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย

4. เพื่อศึกษาผลกระทบของความสามารถในการแข่งขัน ต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อทีมที่ทรงพลัง

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อรับรู้ผลการดำเนินการ

องค์การ

สมมติฐานที่ 5 ทีมที่ทรงพลังส่งผลกระทบต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 6 ทีมที่ทรงพลังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

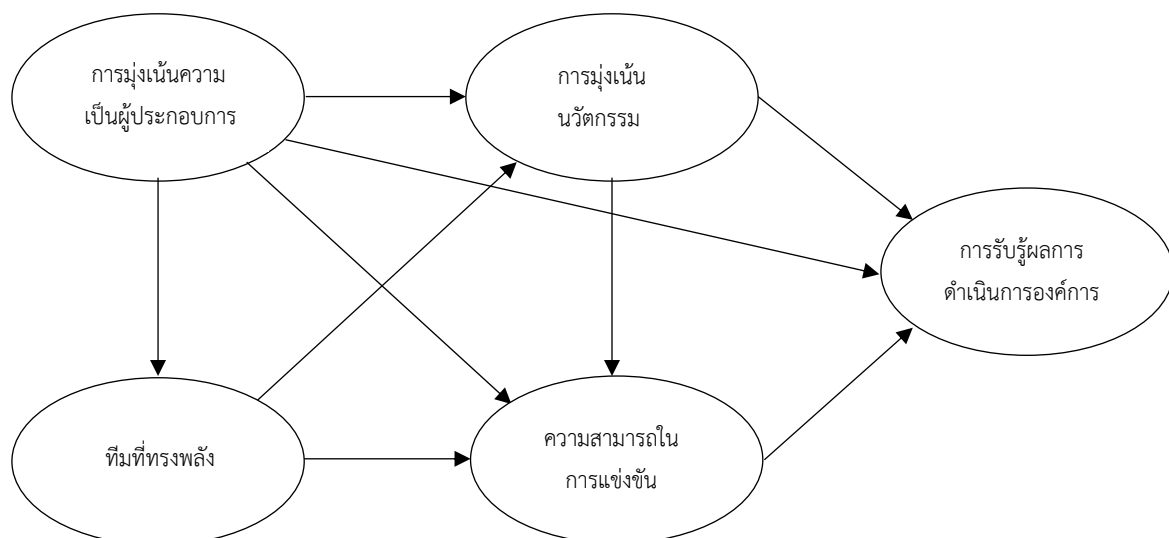
สมมติฐานที่ 7 การมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 8 การมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ

สมมติฐานที่ 9 ความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบต่อรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องนี้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน การรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษาและแนวในการสร้างเครื่องมือวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) หมายถึง การมุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจโดยยอมรับถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและยกระดับด้วยนวัตกรรม โดยการเอาชนะคู่แข่งชั้นในลักษณะเชิงรุก การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบคือ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความเป็นตัวของตัวเอง และการสร้างความพร้อมเพื่อการแข่งขัน (Miller & Friesen, 1983, pp. 770–791; Ginsberg, 1985, pp. 50-53; Stevenson & Jarillo, 1990, pp. 17-20; Lumpkin & Dess, 1996, p. 140; Krauss et al., 2005, pp. 320-325) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะในการดำเนินงานเชิงรุก การที่ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการใช้แผนงานและแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ เปิดโอกาสให้ธุรกิจเติบโตเป็นอย่างดี รวมถึงการสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้ โดยเฉพาะการจัดการความเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความสามารถทางนวัตกรรม

ทีมที่ทรงพลัง (Effective team: ET) หมายถึง ทีมที่มีศักยภาพและมีความพร้อมในการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีแนวทางหรือเป้าหมายในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน มีการกำหนดบทบาท มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เชื่อถือไว้วางใจกัน เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี บรรลุเป้าหมายขององค์กร และสมาชิกมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Woodcock, 1989, pp. 301-302; Parker, 1990, pp. 99-107; Mican & Rodger, 2000, pp. 201–205; Margerison, 2001, pp. 117-120; Adams et al., 2002, pp. 16-19) ทีมที่ทรงพลังเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการรับรู้ผลการดำเนินการขององค์กร ปัจจัยที่ส่งผลบวกของบทบาทของทีมที่มีทรงพลังที่นำไปสู่ความสำเร็จมีแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมขององค์กรที่รับมือต่อความเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งผสมผสานไปกับความยืดหยุ่นของทีมที่ก่อให้เกิดความสร้างสรรค์และนวัตกรรม องค์ประกอบของทีมที่ทรงพลังดังต่อไปนี้ จุดมุ่งหมายที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การมีส่วนร่วม สร้างบรรยากาศเชิงบวก ผู้นำแบบมีส่วนร่วมและความสามัคคี

การมุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation Orientation: IO) หมายถึง กระบวนการสร้าง การผลิต และการบริการที่เป็นของใหม่หรือได้ทำการปรับปรุงให้เป็นของใหม่ที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับองค์กร (Betje, 1998, p.164; Freeman & Soete, 1997, pp. 219-223; Tushman & Nadler, 1986, pp. 74-78; Utterback, 1971, pp. 84-88) นวัตกรรมมีผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและยังเป็นเครื่องมือที่ดีสำหรับใช้ปรับตัวให้ทันกับการแข่งขันทำให้องค์กรมีความรู้ใหม่ ๆ สำหรับใช้ในผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ มาตรการวัดการมุ่งเน้นนวัตกรรมในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์การ

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness: COMP) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการเอาตัวรอดในยามวิกฤตและเติบโตได้ในภาวะปกติ ตลอดจนด้วยกลยุทธ์ที่ใช้ทั้งการลดต้นทุน สร้างความแตกต่างโดดเด่น ดำเนินการอย่างรวดเร็ว ทุ่มเทเรียนรู้การตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ดีกว่า (Belkacem,

2002, pp. 2-6; Henricsson et al., 2004, p.335; Scott & Lodge, 1985, p.178 ผลการดำเนินงานที่ดีจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขัน จึงต้องมีการกำหนดดัชนีชี้วัดที่กำหนดเป็นตัวเลข ซึ่งมีความสำคัญต่อการและธุรกิจ ทำให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์การที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง ที่สะท้อนถึงความสามารถในการมีต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ มีความรวดเร็วในการดำเนินการและตอบสนองความต้องการลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้เป็นอย่างดี ความสามารถในการแข่งขันสามารถซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติคือ ผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

การรับรู้ผลการดำเนินการขององค์การ (Perceived organizational performance: POP) หมายถึง ผลการดำเนินการขององค์การที่พนักงานสามารถรับรู้ได้ในด้านผลการดำเนินการที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน และเป็นตัวชี้วัดได้ว่าการดำเนินกิจกรรมขององค์การนั้นสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และประสบความสำเร็จจำเป็นที่จะต้องมีการวัดผลผ่านการรับรู้ในสิ่งที่องค์การได้กระทำ ทั้งผ่านบุคลากรขององค์การและบุคคลภายนอกองค์การ การวัดผลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารองค์การสามารถรับทราบถึงทิศทางขององค์การ และสามารถมองแนวทางในการปรับตัวขององค์การในอนาคต (Jenatabadi, 2015, pp. 1-5; Alaraj et al., 2016, pp. 729-733; Kundu & Mor, 2017, pp. 160-165) มาตรวัดการรับรู้ผลการดำเนินการขององค์การในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย 2 มิติคือ มิติด้านประสิทธิภาพ และมิติด้านประสิทธิผล

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยโดยใช้เทคนิควิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) แบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) (Creswell, 2015) เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกจากประสบการณ์และความเหมาะสมในการให้ข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นกลุ่มผู้บริหารจำนวน 3 ท่านคือ ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ และผู้จัดการโรงงานผู้เชี่ยวชาญพิเศษ 3 ท่านคือ ผู้ชำนาญการฝ่ายวิศวกรรม ผู้ชำนาญการฝ่ายผลิต และผู้ชำนาญการฝ่ายนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ และหัวหน้างาน 3 ท่านคือ หัวหน้างานฝ่ายวิศวกรรม หัวหน้างานฝ่ายผลิต และหัวหน้างานฝ่ายนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ Tier 1 จำนวน 9 ราย เพื่อนำข้อมูลเชิงประจักษ์มาสร้างกรอบแนวคิด

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 539 คน ประชากรในการศึกษา คือ พนักงานในตำแหน่งระดับพนักงานปฏิบัติงาน หัวหน้างาน ระดับผู้จัดการ ระดับกรรมการผู้จัดการ ของบริษัทที่ดำเนินการผลิตและประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าจำนวน 20 บริษัท กลุ่มตัวอย่าง (Sample) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) โดยมีเกณฑ์กำหนดขนาดตัวอย่างและระดับที่เหมาะสมในการวิเคราะห์เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 500 หน่วย ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก (Very Good) (Comrey & Lee, 1992) และมากกว่าอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างต่อจำนวนตัวแปรสังเกตได้ 20 ต่อ 1 จากตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร (Multivariate Analysis)

เพื่อให้ข้อมูลมีความเหมาะสมมากที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 539 รายมาเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความน่าเชื่อถือได้และผลการวิจัยเป็นที่ยอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้วิจัยในครั้งนี้คือ ใช้แบบสอบถามประกอบด้วยตัวแปรแฝง 5 ตัวแปรจำนวน 44 ข้อคำถามได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน และการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ วัดค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยประเมินค่าจากคะแนนรวม (Summated Rating) Likert วัดโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.5 – 1.00 ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกัน การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม (Reliability) พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) พบว่าอยู่ระหว่าง 0.836 – 0.919 อยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2556)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ 2 ประเภท คือ 1) สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวน รวมถึงการวัดตัวแปร การกระจายตัวแปร และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ซึ่งเป็นการตรวจสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและทำการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองและอิทธิพลของเส้นทางที่สร้างขึ้นตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 59.74 มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 43.78 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 61.60 ประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี ร้อยละ 29.31 ตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการร้อยละ 42.48 จำนวนนี้ครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ทั้งหมดแล้ว

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการพบว่า รายการข้อคำถามข้อที่ CA02 “ทีมผู้บริหารของข้าพเจ้ามีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะนำเสนอนวัตกรรมที่มีคุณภาพสูงเพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีกว่าให้กับตลาด” เป็นรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.774$, $CV = 0.203$) อันดับที่สองคือ รายการข้อคำถามในข้อที่ PO1 “ผู้บริหารบริษัทของข้าพเจ้าสามารถมองเห็นโอกาสในการเปิดขยายธุรกิจแรก ๆ ในตลาดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์” ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.817$, $CV = 0.217$) รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายการข้อคำถามข้อที่ RO1 “บริษัทของข้าพเจ้ามีความสามารถในการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนซึ่งมีโอกาสดำเนินการได้รับผลตอบแทนสูง” ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.860$, $CV = 0.237$)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับทีมที่ทรงพลังพบว่ารายการข้อคำถามข้อที่ PAR2 “ข้าพเจ้าสามารถทำงานให้สำเร็จได้โดยได้รับความร่วมมือร่วมใจเป็นอย่างดีจากสมาชิกทีม” เป็นรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.792$, $CV = 0.202$) อันดับที่สองคือ รายการข้อคำถามในข้อที่ CO1 “การที่สมาชิกทีมงานได้รับรู้ถึงวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ร่วมกันทำให้เกิดความร่วมมือ

กันเพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน” ($\bar{x} = 3.89$, $SD = 0.786$, $CV = 0.211$) รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายการข้อคำถามข้อที่ PARL1 “ผู้นำในองค์กรของข้าพเจ้าเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านการบริหาร” ($\bar{x} = 3.66$, $SD = 0.921$, $CV = 0.251$)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมุ่งเน้นนวัตกรรมพบว่ารายการข้อคำถามข้อที่ MRI2 “บริษัทมีการศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการดำเนินงานเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพผลงาน” เป็นรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.81$, $SD = 0.827$, $CV = 0.217$) อันดับที่สองคือ รายการข้อคำถามในข้อที่ ORI1 “บริษัทมีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง” ($\bar{x} = 3.80$, $SD = 0.782$, $CV = 0.205$) รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายการข้อคำถามข้อที่ MRI1 “บริษัทจัดให้มีรูปแบบการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง” ($\bar{x} = 3.61$, $SD = 0.843$, $CV = 0.233$)

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันพบว่ารายการข้อคำถามข้อที่ FOCUSM2 “บริษัทของข้าพเจ้าให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่อาจเปลี่ยนแปลงได้” เป็นรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.95$, $SD = 0.767$, $CV = 0.194$) อันดับที่สองคือ รายการข้อคำถามในข้อที่ QR1 “บริษัทส่งมอบผลิตภัณฑ์ได้ตามกำหนดการและส่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบสมบูรณ์” ($\bar{x} = 3.93$, $SD = 0.731$, $CV = 0.186$) รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายการข้อคำถามข้อที่ DIF1 “บริษัทมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการผลิตที่นำเสนอคุณค่าที่มากขึ้นต่อลูกค้า” ($\bar{x} = 3.72$, $SD = 0.808$, $CV = 0.217$)

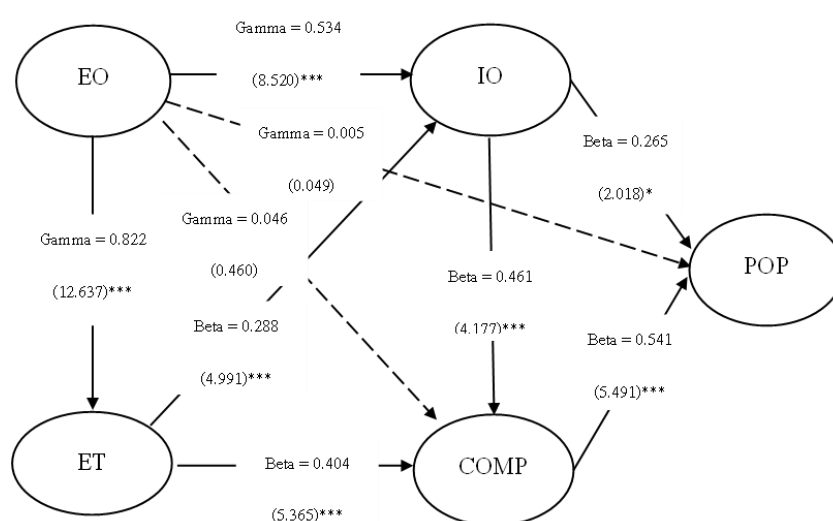
ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การพบว่า รายการข้อคำถามข้อที่ EFFE1 “บริษัทได้ผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพอย่างต่อเนื่อง” เป็นรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.84$, $SD = 0.787$, $CV = 0.205$) อันดับที่สองคือ รายการข้อคำถามในข้อที่ EFFE2 “บริษัทสามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมาย” ($\bar{x} = 3.79$, $SD = 0.829$, $CV = 0.218$) รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ รายการข้อคำถามข้อที่ EFFI1 “บริษัทได้ทำการวิจัยและทดลองเพื่อใช้เวลาในการผลิตให้น้อยที่สุด” ($\bar{x} = 3.67$, $SD = 0.837$, $CV = 0.228$)

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างและเส้นทางความสัมพันธ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรมีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริงตามทฤษฎีและปรับเส้นทางความสัมพันธ์ตามความเหมาะสมของแบบจำลองผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันและบุปปัจจัยต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การพบว่า เส้นทางความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นในแบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์กล่าวคือ มีค่าไค-สแควร์ (χ^2) = 718.32, $df = 673$, $\chi^2 / df = 1.067$, $RMSEA = 0.011$, $CFI = 0.999$, $GFI = 0.943$, $AGFI = 0.916$, $P - value = 0.110$ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ (Causal Influence) และค่า $t - statistic$ แสดงได้ดังตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทางของสมการโครงสร้าง

ตัวแปรผล	อิทธิพลเส้นทางของสมการโครงสร้าง											
	ทีมที่ทรงพลัง			การมุ่งเน้นนวัตกรรม			ความสามารถในการแข่งขัน			การรับรู้ผลการดำเนินการองค์กร		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	0.822	-	0.822	0.534	0.236	0.770	0.046	0.687	0.733	0.005	0.574	0.579
ทีมที่ทรงพลัง				0.288	-	0.288	0.404	0.133	0.537	-	0.365	0.365
การมุ่งเน้นนวัตกรรม							0.461	-	0.461	0.265	0.249	0.514
ความสามารถในการแข่งขัน										0.541	-	0.541
การรับรู้ผลการดำเนินการองค์กร												
R-Square		0.497			0.564			0.483			0.615	

หมายเหตุ ** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, *** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001



ภาพที่ 2 สัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ พร้อมค่า t Statistics ที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง

หมายเหตุ: EO	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)
ET	ทีมที่ทรงพลัง (Effective Team)
IO	การมุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation Orientation)
COMP	ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness)
POP	การรับรู้ผลการดำเนินการองค์กร (Perceived Organizational Performance)

จากตารางที่ 1 และภาพที่ 2 อธิบายได้ว่า ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรภายนอกพบว่าประกอบด้วยเส้นอิทธิพล 4 เส้นทางดังนี้คือ มีเส้นทางที่แสดงเป็นเส้นทึบจำนวน 2 เส้นทาง เส้นทางแรกการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางตรงต่อทีมที่ทรงพลังอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.822 เส้นทางที่สองการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางตรงต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.534

สำหรับอีก 2 เส้นทาง เส้นทางที่แสดงเป็นเส้นประ เส้นทางที่สามการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.046 เส้นทางสุดท้ายการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางตรงต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.005 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรภายในพบว่าประกอบด้วยเส้นอิทธิพล 5 เส้นทางดังนี้ เส้นทางแรกทีมที่ทรงพลังมีผลกระทบทางตรงต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.288 เส้นทางที่สองทีมที่ทรงพลังมีผลกระทบทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.404 เส้นทางที่สามการมุ่งเน้นนวัตกรรมมีผลกระทบทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.461 เส้นทางที่สี่การมุ่งเน้นนวัตกรรมมีผลกระทบทางตรงต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.265 เส้นทางสุดท้ายความสามารถในการแข่งขันมีผลกระทบทางตรงต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การอย่างมีนัยสำคัญ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.541 ทั้ง 5 เส้นทาง มีผลกระทบต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกเส้นทาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาตามกรอบแนวคิดวิจัยข้างต้นสามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 กำหนดไว้ว่า “เพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อทีมที่ทรงพลัง การมุ่งเน้นนวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน และการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย” จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นี้ สามารถแยกออกเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ 4 สมมติฐาน คือ สมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 ซึ่งสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบเชิงบวกต่อทีมที่ทรงพลัง” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงทีมที่ทรงพลัง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.822$ และมีค่า t Statistics = 12.637 เป็นค่าที่ชี้ให้เห็นชัดเจนว่าตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งกระทบผลทางตรงต่อตัวแปรแฝงทีมที่ทรงพลัง การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ” Brettel and Rottenberger, (2013, pp. 471-475); Covin et al. (2020, pp. 1-5); Khedhaouria et al. (2020, pp. 515-517) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีปัจจัยเป็นอย่างมากต่อการก่อให้เกิดทีมที่ทรงพลังในด้านการสร้างความเชื่อใจระหว่างกันทั้งในตัวผู้ประกอบการกับทีม และระหว่างทีมด้วยกันเอง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้ของทีม นอกจากนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีส่วนช่วยทำหน้าที่ในการเป็นผู้ไกล่เกลี่ยในระหว่างทีมได้ด้วย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรม” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝง

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.534$ และมีค่า $t \text{ Statistics} = 8.520$ การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Ince et al. (2023, pp. 32–36); Sulisty and Ayuni (2020, pp. 1–5); Covin and Slevin (1988, pp. 217–220) ที่กล่าวไว้ว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยหนึ่งของมนุษย์ในการที่จะได้รับผลประโยชน์จากแนวคิดการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในตลาดหรือต่างประเทศได้ และเกี่ยวข้องกับแนวคิดของงานใหม่ที่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในตลาด รวมถึงเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมในตลาด ผลิตภัณฑ์และความเสี่ยงของโครงการ และมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้บุกเบิกด้านนวัตกรรมและความเป็นเลิศเหนือคู่แข่ง เช่น นวัตกรรมด้านการตลาดเพื่อหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เพื่อทำการปรับปรุงให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ แนวทางการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการยังช่วยปรับปรุงความสามารถขององค์กร และให้ความรู้ด้านเทคนิค ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้สามารถนำความสามารถทางเทคนิคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบไปยังตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.046$ และมีค่า $t \text{ Statistics} = 0.460$ เป็นค่าที่ชี้ให้เห็นชัดเจนว่าตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบทางลบต่อตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ (Pawitan et al., 2017, pp. 261–265); Franco, (2020, pp. 65–67); Yamin (2020, pp. 313–317) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ในมิติของทัศนคติของผู้ประกอบการ ได้แก่ คุณค่าทางสังคม แรงกดดันในการแข่งขันของธุรกิจ คุณลักษณะส่วนบุคคล การวางแผนเป้าหมาย และกิจกรรมของผู้ประกอบการอาจส่งผลกระทบทางลบมากกว่าด้านบวกได้ ได้แก่ กิจกรรมของผู้ประกอบการและอัตราการเป็นเจ้าของธุรกิจที่จัดตั้งขึ้น มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสามารถในการแข่งขันระดับที่สูงขึ้น ซึ่งจะต้องมีการวางแผนเป้าหมายขององค์กรควบคู่กับความสามารถในการแข่งขันระดับที่สูงขึ้น ร่วมกับพนักงานในองค์กร สร้างความเข้าใจร่วมกัน มีผู้บริหารเพียงอย่างเดียวที่จะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันได้ดังนั้น หากไม่มีเป้าหมายร่วมกัน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลเสียต่อทัศนคติของพนักงาน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยแวดล้อมขององค์กรที่เป็นตัวควบคุมที่จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์เชิงบวกหรือความสัมพันธ์เชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขัน เช่น ทิศทางการเมืองกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการเป็นต้น ในขณะที่ปัจจัยภายในอาจจะมีผลกระทบเชิงลบอย่างมากต่อความเข้มของกลยุทธ์การแข่งขันเป็นอย่างมาก อันได้แก่ ปัจจัยการผลิต การตลาด การเงิน ทรัพยากรบุคคล และระบบสารสนเทศขององค์กร ส่งผลเสียต่อกลยุทธ์การแข่งขัน ยังพบความสัมพันธ์เชิงลบทางอ้อมต่อกลยุทธ์สร้างความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน อันเนื่องมาจากผู้ประกอบการไม่ปรับปรุงความสามารถภายในเมื่อต้องแข่งขันส่งออกต่างประเทศ เช่น การกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อปรับปรุงความเข้มข้นของกลยุทธ์ทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

การมุ่งเน้นความผู้ประกอบการในธุรกิจที่มีขนาดเล็กเป็นผู้ผลิต OEM โดยมากจะเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดกลาง (tier-2) และ ผู้ผลิตชิ้นส่วนขนาดเล็ก (tier-3) ที่กำลังเข้ามาสู่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งอาจเป็นธุรกิจที่มีลักษณะการบริหารงานอย่างอิสระ การจัดหาเงินทุนส่วนใหญ่เป็นทุนส่วนตัว ทำให้ขาดโอกาสที่จะได้รับเงินทุน และสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ทำให้สูญเสียโอกาสทางการแข่งขันได้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อผลการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อตัวแปรแฝงการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.005 และมีค่า t Statistics = 0.049 การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Mason et. al., (2015, pp. 1649-1653); Huang et al. (2022, pp. 375-379); Taheri et al. (2019, pp. 5-9) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางลบต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การได้ อาจเป็นผลมาจากตัวผู้ประกอบการเอง หรือจากปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ การระบาดของโรคอุบัติใหม่ เช่น การแพร่ระบาดของโควิด-19 การรับความเสี่ยง การดำเนินงาน หรือความสามารถในการลงทุนให้สูงขึ้น การตัดสินใจเชิงระบบทำให้ผลการดำเนินงานต่ำลงได้ จึงส่งผลการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การเป็นอย่างมาก ด้านการสร้างการเติบโตและความสามารถในการทำกำไรมีผลต่อการดำเนินงานเป็นอย่างมาก หรือการนำเอานวัตกรรมมาใช้ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์การได้ เนื่องจากมักขาดทรัพยากร ความสามารถ และประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมนวัตกรรม บางครั้งอาจพบว่าผู้บริหารมีนโยบายมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้ามากกว่ากระบวนการ นวัตกรรมการผลิตใหม่ อาจมีความจำเป็นต้องจัดหาเงินทุนในปริมาณที่เพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้องค์การมีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นด้วย สิ่งนี้อาจกระตุ้นให้ผู้บริหารสนใจน้อยลงในการปรับปรุงและสร้างนวัตกรรมกระบวนการ โดยปกติจะมีหน้าที่ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อลดต้นทุนลงและใช้เงินทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า จึงให้ผลการดำเนินงานองค์การลดลง เพราะผลกระทบจากการระดมทุนจำนวนมากเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกส่งผลกระทบทางลบกับแนวทางการเป็นผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน ยิ่งระดับความผันผวนของตลาดสูงขึ้นเท่าใด ผลกระทบด้านลบต่อแนวทางการเป็นผู้ประกอบการก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น และยังส่งผลกระทบด้านลบของการวางแผนแนวทางของผู้ประกอบการที่มีต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานขององค์การด้วย และจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์โดยรวมได้รับผลกระทบอย่างมาก เช่น การประกาศยกเลิกงานแสดงสินค้าระดับโลก อย่างเช่น งานเจนีวา มอเตอร์โชว์ 2020 และปารีส มอเตอร์โชว์ 2020 ผู้ผลิตรถยนต์หลายรายต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ทิศทางการลงทุนในอุตสาหกรรมรถยนต์ รวมทั้งในส่วนของเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าที่ประเทศไทยวางเป้าเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าในระยะยาว มีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากไม่เพียงแต่เฉพาะตลาดในประเทศไทย แต่จะมีผลกระทบในเชิงลูกโซ่จากทั่วโลกในทิศทางเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 กำหนดไว้ว่า “เพื่อศึกษาผลกระทบของทีมที่ทรงพลังต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถแยกออกเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ 2 สมมติฐาน คือ สมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 กำหนดไว้ว่า “ทีมที่ทรงพลังมีผลกระทบเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นนวัตกรรม” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงทีมที่ทรงพลังที่มีส่งกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $Beta = 0.288$ และมีค่า t Statistics = 4.991 ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Barton et al. (2018, pp. 59–61); Ince et al. (2023, pp. 32–36); Bourke et al. (2020, pp. 132–136); Kim et al. (2020, pp. 1–5) การมุ่งเน้นนวัตกรรมสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการขององค์การทำให้มีการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะหรือพฤติกรรมของบุคลากร การมุ่งเน้นนวัตกรรมนับว่าเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่าจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า และสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์การ การจัดการนวัตกรรมจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อองค์การ โดยทีมประสิทธิภาพต้องมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน สมาชิกทุกคนในทีมต่างใช้ทักษะ ประสบการณ์ และความสามารถ ช่วยกันทำงานแก้ไขปัญหาและรับผิดชอบต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การมีทีมผู้นำที่มุ่งมั่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และการมีความสัมพันธ์ภายนอกที่เข้มแข็งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในการประมวลผลความคิดและความรู้ การเรียนรู้ภายในทีมสามารถเพิ่มความรู้อื่นๆ ประสบการณ์ และความสามารถของสมาชิกได้ และอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 กำหนดไว้ว่า “ทีมที่ทรงพลังมีส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงทีมที่ทรงพลังส่งกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $Beta = 0.404$ และมีค่า t Statistics = 5.365 การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Altpeter et al. (2007, pp. 527–530); Kiitam et al. (2016, pp. 114–116); Tshabalala and Khoza (2021, pp. 1–5) ทีมที่ทรงพลังเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์การ ปัจจัยดังกล่าวเป็นที่ยอมรับในการศึกษาจากผู้วิจัยหลายท่าน การเกิดขึ้นของทีมที่ทรงพลังที่สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างตรงตามสถานการณ์และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขัน ทีมที่ทรงพลังจะเสริมสร้างความได้เปรียบของธุรกิจได้อย่างมาก และสามารถตอบสนองต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์การที่ไม่มีทีมที่ทำงานร่วมกันได้มักจะมีปัญหาในการดำเนินงานได้ ถึงแม้จะเป็นงานที่ง่ายที่สุด ในขณะที่ทีมที่มีประสิทธิภาพจะสนับสนุนการปรับปรุงคุณภาพ อำนวยความสะดวกในการดำเนินโครงการให้เสร็จสิ้น และช่วยในการเพิ่มผลผลิตภาพ ประสิทธิภาพขององค์การได้ และโดยทั่วไปองค์การจะล้มเหลวในการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์หากขาดทีมที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์วิจัยข้อที่ 3 กำหนดไว้ว่า “เพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นนวัตกรรมต่อความสามารถในการแข่งขัน และการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย” จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 นี้ สามารถแยกออกเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ 2 สมมติฐาน คือ สมมติฐานที่ 7 และสมมติฐานที่ 8 และสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $Beta = 0.461$ และมีค่า t Statistics = 4.177 การวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Adomako and Tran (2022, pp. 1695–1699); Hang et al. (2022, pp. 5379–5383); Pundziene et al. (2022, pp. 152–156) นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน หลายองค์การพยายามอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้ผลกำไรที่สูงขึ้นด้วยนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเป็นเพียงสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นแตกต่างกันไป ความไม่แน่นอนด้านสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัตนำไปสู่กิจกรรมนวัตกรรมขององค์กร ในขณะที่นวัตกรรมมีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร อย่างไรก็ตามผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อม เช่น สต็อกเงินทุนภายใน ตลาดภายนอก และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานทั้งสิ้น ในสภาพแวดล้อมที่มั่นคง ผู้ผลิต ลูกค้า และซัพพลายเออร์ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงอะไร ดังนั้นพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมขององค์กรอาจส่งผลเสียต่อประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมไม่น่าจะมีประโยชน์หากตลาดไม่ต้องการเปลี่ยนสถานะที่มีอยู่ ลูกค้าที่ต้องการรักษามาตรฐานหรือบรรทัดฐานที่เป็นปัจจุบันและที่มีอยู่จะผลักดันให้บริษัทนวัตกรรมเข้าสู่ตำแหน่งการแข่งขันที่ตรงกันข้าม ความแข็งแกร่งของโครงสร้างและความเฉื่อยขององค์กรอาจขัดขวางกิจกรรมนวัตกรรม และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทั้งหมดได้ ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มั่นคงผู้นำของอุตสาหกรรมมักไม่ค่อยคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ก่อนเพื่อทำลายสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ แต่จะปลูกฝังตลาดและปูทางสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะเปิดตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในสภาพแวดล้อมแบบพลวัต นวัตกรรมมีบทบาทเชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กรในอุตสาหกรรมที่ไม่หยุดนิ่ง องค์กรต้องสร้างนวัตกรรมให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ในสภาพแวดล้อมดังกล่าว และความสัมพันธ์ที่สำคัญอีกทางหนึ่งและเป็นบวกระหว่างนวัตกรรมเพื่อความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันขององค์กร พบว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลประกอบการทางการเงิน สิ่งแวดล้อม และการดำเนินงาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 กำหนดไว้ว่า “การมุ่งเน้นนวัตกรรมมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นนวัตกรรมส่งกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $Beta = 0.265$ และมีค่า t Statistics = 2.018 ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee et al. (2019, pp. 1–5); Camisón and Villar-López (2014); Piening and Salge, (2015); Gupta et al. (2016, pp. 5671–5675) นวัตกรรมมีผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินการองค์การ ด้วยปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว บทบาทของนวัตกรรมที่มีต่อความอยู่รอดขององค์กรจึงได้รับความสนใจอย่างมากจากนักวิชาการ อย่างไรก็ตาม มีคำเตือนสำหรับองค์กรที่ไม่

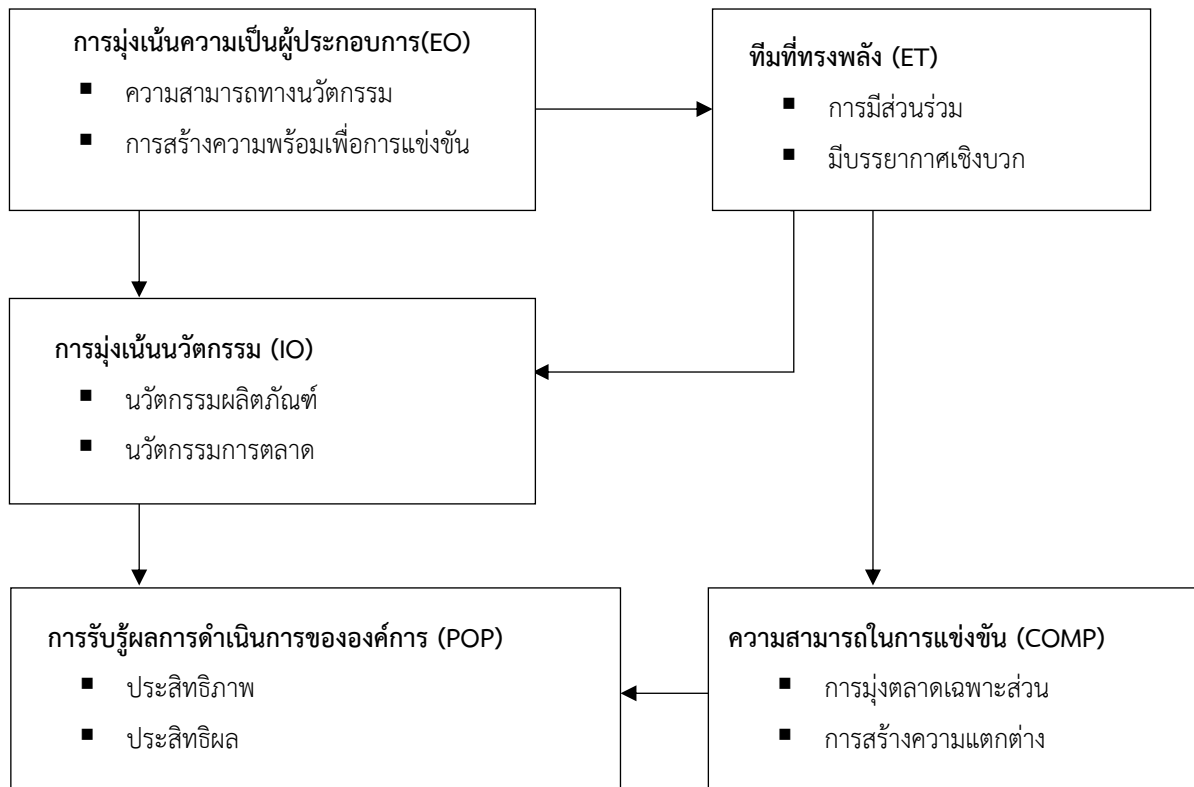
ควรพึงพาผลิตภัณฑ์ใหม่เพียงอย่างเดียวเพื่อความอยู่รอดเนื่องจากอาจเกิดความล้มเหลวของตลาด และหรือ การเลียนแบบโดยคู่แข่ง งานวิจัยส่วนใหญ่จึงขยายขอบเขตไปสู่นวัตกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น นวัตกรรม ด้านกระบวนการ การบริการ องค์การ และการตลาด การนำนวัตกรรมขององค์การมาช่วยปรับปรุง ความสามารถด้านเทคนิคขององค์การในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ที่น่าไปสู่ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า ความสามารถขององค์การที่จัดการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมที่หลากหลายช่วยให้้องค์การ สามารถเพิ่มโอกาสของกิจกรรมนวัตกรรมกระบวนการและอัตรากำไร นอกจากนี้การใช้นวัตกรรมทางการตลาดได้รับการพิสูจน์แล้วว่า มีประสิทธิภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 กำหนดไว้ว่า “ความสามารถในการแข่งขันมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การ” ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ได้พบว่าเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรแฝง ความสามารถในการแข่งขันส่งผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปยังตัวแปรแฝงการรับรู้ผลการดำเนินการองค์การโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $Beta = 0.541$ และมีค่า t Statistics = 5.491 ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Day and Wensley (1988, pp. 1-5); Bhandari and Amponstira, (2021, pp. 2854-2858); Fatonah and Haryanto (2022, pp. 161-165); Haseeb et al. (2019, pp. 1-5) ธุรกิจสามารถได้รับความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อนำมาซึ่งคุณสมบัติการดำเนินการที่สามารถขัดขวาง การดำเนินการของคู่แข่ง แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างความได้เปรียบในการแข่งขันและ ประสิทธิภาพทางธุรกิจ จากมุมมองของทีมผู้บริหาร ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ จุดสำคัญต่อการอยู่รอด ของธุรกิจความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสัมพันธ์อย่างมากกับประสิทธิภาพทางธุรกิจ โดยวัดจาก การพัฒนาพนักงาน ความพึงพอใจของลูกค้า และความพึงพอใจในงาน การเติบโตที่ดีของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นเพราะนวัตกรรมที่เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน จากมุมมองทฤษฎีฐาน ทรัพยากร (Resource Based View) ทำให้บริษัทต่าง ๆ บรรลุความได้เปรียบในตำแหน่งระดับสูง ซึ่งส่งผล เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ โดยองค์การคาดหวังตำแหน่งทางการตลาดที่ดีที่สุด ดังนั้น ความได้เปรียบในตำแหน่งทางการตลาดจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น ความได้เปรียบ ด้านการวางตำแหน่งอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ การได้ต้นทุนที่ถูกและการสร้างความแตกต่างซึ่งมีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพทางธุรกิจ ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้รับการศึกษาพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน อาจเกิดขึ้นได้จากการสร้างนวัตกรรม ปรับปรุงประสิทธิภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่า ในขณะเดียวกันใน อุตสาหกรรมผู้ส่งออกทำการศึกษการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันบนพื้นฐานของความได้เปรียบทาง เทคโนโลยี จะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ความท้าทาย ทางสังคมและเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความท้าทายทางสังคมและ เทคโนโลยี เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม ค่านิยม และความเชื่อ ทรัพยากรการจัดการด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและความสำเร็จในการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความได้เปรียบ ทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังเช่นในกลุ่มธุรกิจจะต้องมีการปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน การจัดตำแหน่งกลยุทธ์ มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนผลกระทบเชิงบวกของปัจจัยทางสังคมและเทคโนโลยีต่อความได้เปรียบ ในการแข่งขันที่ยั่งยืน การวางกลยุทธ์ที่ดีขึ้นช่วยให้้องค์การได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านปัจจัยทาง

สังคมและเทคโนโลยี ประการสุดท้าย ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจอย่างยั่งยืนอีกด้วย

สรุปและข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

สรุปข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถพัฒนาเป็นภาพเส้นทางการรับรู้ผลการดำเนินงานจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย ตามภาพที่ 3 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 รูปแบบเส้นทางการรับรู้ผลการดำเนินงานจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย

จากภาพที่ 3 การนำผลการวิจัยสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มากำหนดเป็นแผนการพัฒนาเส้นทางการรับรู้ผลการดำเนินงานจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย คือ แผนการพัฒนาระยะสั้น แผนการพัฒนาระยะกลาง และแผนการพัฒนาระยะยาว โดยคำนึงถึงขีดความสามารถขององค์กร ตามบริบทของแต่ละพื้นที่ดังนี้

แผนการพัฒนาระยะสั้น เป็นแผนการพัฒนาแบบรวดเร็ว การที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินการได้นั้น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย จะต้องมีการสนับสนุน ส่งเสริมให้องค์กรมีการพัฒนานำเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือส่งเสริมให้นำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อที่องค์กรจะได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ กระบวนการหรือความคิดวิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ

ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมทางการบริหาร นวัตกรรมจะส่งเสริมกิจกรรมการดำเนินงานบางอย่าง การส่งเสริมด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรมของความเป็นผู้ประกอบการจะต้องอยู่ภายใต้ความพร้อมของทรัพยากร นวัตกรรมยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังตระหนักถึงการลดต้นทุนในการดำเนินงานมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ดี มีการส่งเสริมในการพัฒนาความสามารถ เพื่อให้เกิดทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานและการบริหารการตลาดให้มีการจัดจำหน่ายในช่วงเวลาที่เหมาะสม การต่อราคาการติดต่อสื่อสารและการกระตุ้นความต้องการเพื่อสร้างแรงจูงใจ รวมไปถึงมีการจัดการด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้เกิดนวัตกรรมขององค์กรที่ดีขึ้น ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจนั้นตามไปด้วย

แผนการพัฒนาระยะกลางมี 2 รูปแบบ คือ แผนการพัฒนากลุ่มเน้นความเป็นผู้ประกอบการระยะกลาง แบบที่ 1 เป็นแผนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตยานยนต์ของไทยกำลังถูกท้าทาย โดยเฉพาะผลกระทบจากการเข้ามาของเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าที่จะเปลี่ยนพลิกผันอุตสาหกรรมยานยนต์ใช้น้ำมันที่ไทยมีความชำนาญ ซึ่งหากตลาดรถยนต์ไฟฟ้าได้รับความนิยมอย่างที่เคยคาดและตลาดรถยนต์ใช้น้ำมันถูกลดบทบาทลง ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์และผลิตชิ้นส่วนรถยนต์จำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้วยการพัฒนาเทคโนโลยี พัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อสู่ความสำเร็จต่อไปได้ ปัญหาและอุปสรรคของอุตสาหกรรมยานยนต์ สถานประกอบการกิจการในอุตสาหกรรมยานยนต์ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะต้องส่งเสริมสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับของวิศวกรและช่างเทคนิคต้องส่งเสริมความรู้ และทักษะการทำงาน รวมถึงทัศนคติและความอดทนต่อการทำงานด้วย ส่วนระดับหัวหน้างานและผู้จัดการนั้นสามารถปฏิบัติงานได้ดีในส่วนที่มอบหมายไว้ ต้องเสริมแรงความมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการทำงานหรือด้านการนำเสนอข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อการลดต้นทุน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการยกระดับองค์กรสู่สากล และเมื่อส่งเสริมพนักงานให้มีทักษะและความสามารถย่อมทำให้การดำเนินงานเป็นทีมที่มีความเข้มแข็ง และทำให้นวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า และนวัตกรรมยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

แผนการพัฒนากลุ่มเน้นความเป็นผู้ประกอบการระยะกลาง แบบที่ 2 เป็นแผนที่มีประสิทธิภาพรองจากแบบที่ 1 โดยตามที่ได้กล่าวไปเบื้องต้นในแผนระยะสั้นที่ผู้ประกอบการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าของไทยจะต้องมีการสนับสนุน ส่งเสริมให้องค์กรมีการพัฒนานำเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือส่งเสริมให้นำนวัตกรรมมาใช้เพื่อที่องค์กรจะได้แนะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ กระบวนการหรือความคิดวิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ พัฒนา ส่งเสริมกิจกรรมจากพฤติกรรมผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นด้านความสามารถทางนวัตกรรมถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการปรับตัวยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่หรือการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการและจะส่งผลไปสู่ผลประโยชน์ที่ดียิ่งในอนาคต ทั้งนี้คุณลักษณะอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการคือการมีนวัตกรรม ผู้ประกอบการจะมีคุณสมบัติในการคิดนวัตกรรมตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการในการบริหารจัดการ ทั้งหมดนี้เพื่อตอบสนองความต้องการขึ้นส่วนยานยนต์ของลูกค้า จนนำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและเกิดผลสำเร็จในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นระดับความพึงพอใจของลูกค้าทั้งภายนอกและภายในองค์กร การลดต้นทุนในการผลิต กระบวนการภายใน คุณภาพวัตถุดิบที่ได้จากกระบวนการจัดซื้อ ระยะเวลา ในการสั่งซื้อที่ประหยัดได้ จำนวนของเสียต่อจำนวน หน่วยผลิต อัตราส่วนมูลค่าสินค้าคงเหลือต่อยอดขาย อัตราการลดลงของต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงเหลือ อัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามกำหนดเวลา การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง

แผนการพัฒนารุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการระยะยาวโดยมุ่งเน้นการสร้างทีมที่ทรงพลังเพื่อให้ทีมมีความเข้มแข็ง พร้อมสนับสนุนส่งเสริมความรู้ ทักษะ ความสามารถ ยกย่องความชำนาญให้กับบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นวิศวกร ทีมช่าง หรือฝ่ายสนับสนุน จากนั้นนำเทคโนโลยีสารสนเทศ นวัตกรรมมาใช้เพื่อที่องค์กรจะได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือความคิดวิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ ส่งมอบทันเวลา ลดต้นทุน ลดของเสีย จนนำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและเกิดผลสำเร็จในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย แผนการพัฒนารุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการระยะยาวเป็นการวางแผนเพื่อให้การพัฒนารุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน ทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการวางแผนธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การประสบความสำเร็จสูงสุด ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง พร้อมกับการนำเทคนิคการทำงานด้วยกลยุทธ์ดิจิทัลที่มีความทันสมัยให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ หรือกลุ่มธุรกิจ คู่ค้า คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ การวิจัยครั้งนี้ ได้พัฒนาตัวแปรสำหรับการวิจัยด้านการพัฒนารุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ขึ้นมา 5 ตัวแปรหลัก ตัวแปรตัวที่หนึ่งคือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และการสร้างความพร้อมเพื่อการแข่งขัน ตัวแปรตัวที่สอง คือ ทีมที่ทรงพลัง มีองค์ประกอบ 6 ด้าน คือ จุดมุ่งหมายที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การมีส่วนร่วม มีบรรยากาศเชิงบวก ผู้นำแบบมีส่วนร่วมและความสามัคคี ตัวแปรตัวที่สาม คือ การมุ่งเน้นนวัตกรรม มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมองค์กร ตัวแปรตัวที่สี่ คือ ความสามารถในการแข่งขัน มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และตัวแปรตัวที่ห้า คือ การรับรู้ผลการดำเนินการขององค์กร มีองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ได้มีการวิเคราะห์และสร้างขึ้น (Construct) ให้เป็นตัวแปรที่พร้อมนำไปใช้ในการวิจัยสำหรับผู้สนใจศึกษาในบริบทธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าในบริบทอื่น ๆ ในโอกาสต่อไป รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาให้กับธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ทีมผู้ประกอบหรือผู้บริหารสามารถทำได้ดังนี้

1. ทีมผู้บริหารจะต้องมีการสนับสนุนทีม หรือบุคลากรในงาน เพราะทีมที่ทรงพลังเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้าไทย เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด อันเนื่องมาจากหลายปัจจัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการสนับสนุนของภาครัฐ การปรับลดภาษี และการให้เงินอุดหนุนซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเหล่านี้ล้วนช่วยลดช่องว่างด้านราคา จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานของคนกลุ่มใหญ่ เมื่อพนักงานมีความรู้ความสามารถมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน มีความพึงพอใจในงาน มีความกระตือรือร้น ย่อมก่อให้เกิดความร่วมมือ แลกเปลี่ยน และแก้ปัญหา ร่วมกัน เปิดโอกาสให้พนักงานใช้ทักษะ ความสามารถหลายด้านในการทำงานและตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง เกิดทีมที่ทรงพลังช่วยกันทำงาน ส่งผลให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่ดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้ธุรกิจสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ สร้างความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาเพื่อดำรงอยู่ต่อไป

2. ทีมผู้บริหารจะต้องมีการสนับสนุน ส่งเสริมให้องค์การมีการพัฒนานำเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ส่งเสริมให้นำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อที่องค์กรจะได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือกระบวนการใหม่ ๆ หรือ ความคิด วิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และ นวัตกรรมทางการบริหาร การส่งเสริมด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรมของความเป็นผู้ประกอบการจะต้องอยู่ภายใต้ ความพร้อมของทรัพยากรหลายส่วน รวมถึงบุคลากรบุคคล ควรสนับสนุนให้บุคลากรสามารถค้นหาแนวคิด ใหม่ที่มีคุณค่า นวัตกรรมยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังตระหนักถึงการลดต้นทุน ในการดำเนินงานมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ดี มีการส่งเสริมในการพัฒนาความสามารถ เพื่อให้เกิดทักษะ และความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานและการบริหารการตลาดให้มีการจัดจำหน่ายในช่วงเวลาที่เหมาะสม การต่อรองราคา การติดต่อสื่อสารและการกระตุ้นความต้องการเพื่อสร้างแรงจูงใจ รวมไปถึงการจัดการ ด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้เกิดนวัตกรรมขององค์กรที่ดีขึ้น

3. นโยบายการสนับสนุนและการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้านำไปสู่ความยั่งยืน ภาครัฐ และภาคเอกชนต้องสร้างปัจจัยการยอมรับ การรับรู้ ทัศนคติ และความเข้าใจต่อทิศทางเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าไทย เพื่อให้ประสบความสำเร็จ นโยบายของรัฐบาลควรมีความชัดเจน ต้องเป็นการบริหารจัดการด้วยความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนางาน มีการกำหนดกรอบเวลา มีการติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและการมีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบายของผู้ที่เกี่ยวข้องภาครัฐบาลและภาคเอกชนต้องมีการวางแผนการบูรณาการร่วมกัน จากนโยบายที่ไทยเข้าสู่การเป็น สังคมคาร์บอนต่ำในอนาคต รัฐบาลต้องริบดำเนินการด้านนโยบายและส่งเสริมให้ลดมลพิษในอากาศ ซึ่งการส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ในประเทศไทยก็นับได้ว่าเป็นกลไกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมนี้ มนุษย์และสัตว์ต้องอาศัยอากาศบริสุทธิ์ เพื่อหายใจและทำให้เกิดความสมดุลภายในของร่างกาย เพื่อใช้ในการ ดำรงชีวิต เพื่อให้เกิดการยอมรับและใช้ยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคประชาชนที่ยังคงมีความวิตกกังวล เรื่องของการบริการหลังการขายที่ไม่มีความชัดเจน สถานที่บริการ สถานีชาร์ตไฟฟ้า อะไหล่ต่าง ๆ ซึ่งจะรออีกประมาณ 4-5 ปีหลังจากนี้ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการจัดตั้งสถานีชาร์ตไฟฟ้าโดยใช้

เงินกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน มาส่งเสริมการสร้างสถานีชาร์ตไฟฟ้า สอดคล้องกับการวางกลยุทธ์ของบริษัทเอกชนหลายแห่งที่ร่วมมือกันวางเครือข่ายสถานีชาร์ตไฟฟ้าทั่วประเทศ รวมถึงนโยบายการเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วนที่สำคัญของโลก มาตรการการส่งเสริมการลงทุน มาตรการการส่งเสริมการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและชิ้นส่วน มาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าโดยการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีและไม่ใช้ภาษี ภาครัฐและภาคเอกชนต้องขับเคลื่อนแผน มาตรการให้เกิดผลเป็นรูปธรรมเพื่อให้บรรลุตามนโยบาย เช่น ทั้งลดภาษีนำเข้าชิ้นส่วนรถ และกำหนดอัตราการนำเข้ารถทั้งคันต่อการผลิตในประเทศ ดึงซัพพลายเออร์จากต่างประเทศมาลงทุนในประเทศไทย ส่งเสริมการผลิตแบตเตอรี่ เพื่อตอบสนองการผลิตในประเทศ การแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกับต่างประเทศที่มีความเชี่ยวชาญ เสนอแนะให้รัฐบาลสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับนักลงทุนรายใหม่ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าเพื่อเปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันส่งเสริมฝีมือด้านแรงงานเข้ามาสนับสนุนและเตรียมความพร้อมในการจัดเตรียมแรงงานที่มีฝีมือเพื่อเข้าไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าที่ยั่งยืน เพื่อให้เกิดความต้องการใช้ยานยนต์ไฟฟ้ามากขึ้นต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2565). รายงานการค้าไทย ปี 2564.

<https://www.dtn.go.th/th/content/category/detail/id/13/cid/581/iid/11154>

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2561). ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์.

<http://www.fti.or.th/FTI%20Project/GroupCall.aspx>

กระทรวงพลังงาน. (2565). สรุปสถานการณ์การใช้พลังงานไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2565 และ

แนวโน้มปี 2565. <https://www.eppo.go.th/index.php/th/component/k2/item/18111-situation-info-highlight0600622>

ฐานกร บัญญัติ. (2560). รูปแบบภาวะผู้นำของหัวหน้าฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

พิชิต ภาสบุตร, อาริยา ภูศิริวิวัฒน์, สุพัตรา จันทะศิริ และฐนันทวัน โฆษิตคณิน. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีพลังงานทดแทนโซลาร์เซลล์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศิลปการจัดการ, 6(1), 116-128.

พิริยส อยู่ประพัฒน์ และตรีเนตร ต้นตระกูล. (2563). การพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย.

วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 6(1), 480-494.

ภัทรเวช ธาราเวชรักษ์ (2558). การศึกษาความต้องการ ด้านวิศวกรรมของผู้ผลิตชิ้นส่วน ยานยนต์ไทย ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. SURE Home .

https://sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/11453/MA_Pattrawet_Tharawetcharak.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ศูนย์กสิกรไทย. (2561). **แนวโน้มตลาดรถยนต์ไทยปีพ.ศ.2561.**

http://www.thaiauto.or.th/2012/th/news/news-detail.asp?news_id=4022

สมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย. (2560). **ศักยภาพที่แท้จริงของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย.**

<https://www.tsae.or.th/tsae-autochallenge>

สุวิมล ติรภานนท์. (2556). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ** (พิมพ์ครั้งที่ 11).

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Adams, S. G., Simon, L., & Ruiz, B. (2002). A pilot study of the performance of student teams in engineering education. Session 1017 Proceedings of the **American Society for Engineering Education Annual Conference, Montreal.**

Adomako, S., & Tran, M. D. (2022). Environmental collaboration, responsible innovation, and firm performance: The moderating role of stakeholder pressure. **Business Strategy and the Environment**, **31**(4), 1695– 1704. <https://doi.org/10.1002/bse.2977>

Alaaraj, S., Mohamed, Z., & Bustamam, A. U. (2016). Mediating Role of Trust on the Effects of Knowledge Management Capabilities on Organizational Performance. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, **235**, 729-738. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.074>.

Altpeter, T., Luckhardt, K., Lewis, J. N. et al. (2007). Expanded surgical time out: a key to real-time data collection and quality improvement. **Journal of the American College of Surgeons**, **204**(4), 527–532.

Barton, D., Carey, D., & Charan, R. (2018). One bank's agile team experiment. **Harvard Business Review**, **96**, 59-61.

Belkacem, L. (2002). Meaning and definitions of competitiveness, posting at E-Conference on ARAB competitiveness. **The ARAB planning institute, Kuwait. Retrieved.**
http://www.arab-api.org/ecac/posting_e2.htm

Betje. P. (1998). **Technological Change in the Modern Economy: Basic Topics and New Developments.** Edward Elgar.

Bhandari, P., & Amponstira, F. (2021). Model of Entrepreneurial Orientation--EO, Competitive Advantage and Performance of Women-Owned Enterprises in Gandaki Province, Nepal. **Open Journal of Business and Management**, **9**(6), 2854-2865.

Bourke, J., Roper, S., & Love, J. H. (2020). Innovation in legal services: The practices that influence ideation and codification activities. **Journal of Business Research** **109**, 132-147. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.057>

Brettel, M. & Rottenberger, J. D. (2013). Examining the Link between Entrepreneurial Orientation and Learning Processes in Small and Medium-Sized Enterprises. **Journal of Small Business Management**, **51**(4), 471-490. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12002>

- Camisón, C., & Villar-López, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. **Journal of Business Research**, 67(1), 2891-2902. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004>
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). **A first course in factor analysis**. Erlbaum.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1988). The influence of organizational structure on the utility of an entrepreneurial top management style. **Journal of Management Studies**, 23(3), 217-234. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1988.tb00033.x>
- Covin, J. G., Rigtering, J. C., Hughes, M., Kraus, S., Cheng, C.-F., & Bouncken R., (2020). Individual and team entrepreneurial orientation: Scale development and configurations for success, **Journal of Business Research**, 112, 1-12, <https://doi.org/j.jbusres.2020.02.023>
- Creswell, J. W. (2015). **Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches** (3rd ed.). Sage.
- Day, G. S., & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. **Journal of Marketing**, 52, 1-20. <http://dx.doi.org/10.2307/1251261>
- Fatonah, S., & Haryanto, A. (2022). Exploring market orientation, product innovation and competitive advantage to enhance the performance of SMEs under uncertain evens. **Uncertain Supply Chain Management**, 10(1), 161-168.
- Franco, M. (2020). Entrepreneurship, Competitiveness--COMP and Innovation. **Sustainability**, 12(16), 65-76. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/16/6576>
- Freeman, C., & Soete, L., (1997). **The Economics of Industrial Innovation**. Continuum.
- Ginsberg, A. (1985). Measuring Changes in Entrepreneurial Orientation Following Industry Deregulation: The Development of a Diagnostic Instrument. In G. B. Roberts (Ed.). **Proceedings: Discovering Entrepreneurship. US Affiliate of the of the International Council of Small Business, Marietta, GA**. pp. 50-57
- Gupta, S., Malhotra, N. K., Czinkota, M., & Foroudi, P. (2016). Marketing innovation: A consequence of Competitiveness. **Journal of Business Research**, 69(12), 5671–5681.
- Hang, Y., Sarfraz, M., Khalid, R., Ozturk, I., & Tariq, J. (2022). Does corporate social responsibility and green product innovation boost organizational performance? a moderated mediation model of competitive advantage and green trust. **Economic Research-Ekonomska Istraživanja**, 35(1), 5379-5399. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2026243>
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., Androniceanu, A., & Jermisittiparsert, K. (2019). Role of Social and Technological Challenges in Achieving a Sustainable Competitive

- Advantage and Sustainable Business Performance. **Sustainability**, **11**(14), 1-23.
<http://dx.doi.org/10.3390/su11143811>
- Henricsson, J. P. E., Ericsson, S., Flanagan, R., & Jewell, C. A. (2004). Rethinking competitiveness for the construction industry. In **F. Khosrowshahi (Ed.), 20th Annual ARCOM Conference**, (Vol. 1, pp. 335-342). Heriot Watt University, UK: Association of Researchers in Construction Management.
- Huang, S., Huang, Q., & Soetanto, D. (2022). Entrepreneurial Orientation dimensions and the performance of high-tech and low-tech firms: A configurational approach. **European Management Journal**, **41**(3), 375-384.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.03.002>
- Ince, H., Imamoglu, S. Z., & Karakose, M. A. (2023). Entrepreneurial Orientation, social capital, and firm performance: The mediating role of innovation performance. **The International Journal of Entrepreneurship and Innovation**, **24**(1), 32–43.
<https://doi.org/10.1177/14657503211055297>
- Jenatabadi, H. S. (2015). An Overview of Organizational Performance Index: Definitions and Measurements. **SSRN**. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2599439>
- Khedhaouria, A., Nakara, W. A., Gharbi, S., & Bahri, C. (2020). The Relationship between Organizational Culture and Small-firm Performance: Entrepreneurial Orientation as Mediator. **European Management Review**, **17**(2), 515-528.
- Kiitam, A., McLay, A. & Pilli, T., 2016, 'Managing conflict in organisational change', **International Journal of Agile Systems and Management**, **9**(2), 114-134.
<https://doi.org/10.1504/IJASM.2016.078575>
- Kim, S., Lee, H., & Connerton, T. P. (2020). How psychological safety affects team performance: mediating role of efficacy and learning behavior. **Frontiers in Psychology**, **11**(1581), 1-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01581>
- Krauss, S. I., Frese, M., Friedrich, C., & Unger, J. M. (2005). Entrepreneurial orientation : A psychological model of success among southern African small business owners. **European journal of work and organizational psychology**, **14**(3), 315-344.
- Kundu, S. C., & Mor, A. (2017). Workforce diversity and organizational performance: A study of IT industry in India. **Employee Relations**, **39**(2), 160–183. <https://doi.org/10.1108/ER-06-2015-0114>
- Lee, R., Lee, J.-H., & Garrett, T. C. (2019). Synergy effects of innovation on firm performance. **Journal of Business Research**, **99**, 507-515. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.08.032>

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, 21(1), pp.135-172.
- Margerison, C. (2001). Team competencies. **Team Performance Management**, 7(7/8), 117-122. <https://doi.org/10.1108/13527590110411028>
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F., & Cappelletto, R. (2015). Understanding the Impact of Entrepreneurial Orientation on Smes' Performance. the Role of the Financing Structure. **Procedia Economics and Finance**, 23, 1649-1661. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00470-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00470-0)
- Mickan, S., & Rodger, S. (2000). Characteristics of effective teams: a literature review. **Australian Hospital Association**, 23(3), 201–208. <https://doi.org/10.1071/ah000201>
- Miller, D., & Friesen, P. (1983). Strategy-making and environment: The third link. **Strategic Management Journal**, 4(3), 221-235.
- Paker, G. M. (1990). **Team players and teamwork: The new competitive business strategy**. Prentice-Hall.
- Pawitan, G., Nawangpalupi, C. B., & Widyarini, M. (2017). Understanding the relationship between entrepreneurial spirit and global Competitiveness: Implications for Indonesia. **International Journal of Business and Society**, 18(S2), 261-278.
- Piening, E. P., & Salge, T. O. (2015). Understanding the antecedents, contingencies, and performance implications of process innovation: A dynamic capabilities perspective. **Journal of Product Innovation Management**, 32(1), 80–97.
- Porter, M. (1990). **Competitive Advantage of Nations**. **Competitive Intelligence Review**, 1(1), 14-20. <https://doi.org/10.1002/cir.3880010112>
- Pundziene, A., Nikou, S., & Bouwman, H. (2022). The nexus between dynamic capabilities and competitive firm performance: the mediating role of open innovation, **European Journal of Innovation Management**, 25(6), 152-177. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2020-0356>
- Scott, B. R., & Lodge, G. C. (1985). **US Competitiveness in the world economy**. Harvard Business School Press.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial. Management. **Strategy Management Journal**, 11(Summer), 17-27.
- Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020) Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, Entrepreneurial Orientation, and social capital. **Contaduría Administración**, 65(1), 1-18. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.1983>

- Taheri, B., Bititci, U., Gannon, M. J., & Cordina, R. (2019). Investigating the influence of performance measurement on learning, entrepreneurial orientation and performance in turbulent markets. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 31(3), 1224-1246. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2017-0744>
- Tshabalala, M. M., & Khoza, L. T. (2021). A conceptual framework for effective management of conflict risk within Agile software development environments. **SA Journal of Information Management**, 23(1), 1-9. <https://doi.org/10.4102/sajim.v23i1.1352>
- Tushman, M. L. & Nadler, D. (1986). Organizing for Innovation. **California Management Review**, 28(3), 74-92.
- Utterback, J. M. (1971). The Process of Technological Innovation Within the Firm. **Academy of Management Journal**, 14(1), 75-88.
- Woodcock, M. (1989). **Team development manual** (2nd ed.). Billing & Son.
- Yamin, M. (2020). Examining the role of transformational leadership and entrepreneurial orientation on employee retention with moderating role of **competitive advantage**. **Management Science Letters**, 10(2), 313-326.