



โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิต  
ชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

The Structural Equation Model of Factors Influencing the Competitive  
Advantage of Automobile Parts Manufacturers in Eastern Economic Corridor

เชาวฤทธิ์ จูไรสง\* และนิภา นีรุตติกุล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

199 หมู่ 6 ถนนสุขุมวิท ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา ชลบุรี 20230

Chaowarit Juthaisong and Nipa Niruttikul

Faculty of Management Science, Kasetsart University, Sriracha Campus

199 Moo 6 Sukhumvit Rd., Thung Sukhla, Sriracha, Chon Buri 20230

Email : chaowarit549@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย และเพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โมเดลสมการโครงสร้างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้ถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญจำนวน 4 ตัวแปร คือ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และองค์การแห่งเรียนรู้ กลุ่มประชากรจำนวน 280 คน ซึ่งกำหนดให้เป็นระดับผู้จัดการในโรงงานอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และทดสอบด้วยสถิติโมเดลสมการโครงสร้างของความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีความกลมกลืนและเป็นไปตามทฤษฎีโดยมีตัวชี้วัดคือ Chi-square ( $\chi^2$ ) = 70.110, df = 55, p-value = .082, CMIN/DF ( $\chi^2/df$ ) = 1.275, GFI = .966, AGFI = .934, CFI = .992, NFI = .967 and RMSEA = .031

**คำสำคัญ :** ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก(EEC)

**Abstract**

The purpose of this quantitative study are to study the factors that influence the competitive advantage of automobile parts manufacturers in the Eastern Economic Corridor

5 สิงหาคม 2563/ 24 กุมภาพันธ์ 2564/ 17 พฤษภาคม 2564

5 August 2020/ 24 February 2021/ 17 May 2021



and to check goodness of fit of the structural equation model of the competitive advantage of the automotive parts manufacturing industry in the eastern economic corridor. A Structural Equation Model (SEM) was created from relevant theories and researches, including 4 variables namely, Competitive Advantage, Innovation, Transformation Leadership and Learning Organization. Data was collected from 280 managers in the automobile manufacturing industry of the Eastern Economic Corridor and subjected for analysis through SEM. It was revealed that the model fit confirms as appropriate ( $\chi^2$ ) = 70.110, df = 55, p-value = .082, CMIN/DF ( $\chi^2/df$ ) = 1.275, GFI = .966, AGFI = .934, CFI = .992, NFI = .967 and RMSEA = .031). It showed that the model is valid and reliable to the automobile parts manufacturer's competitive advantage of the Eastern Economic Corridor.

**Keywords :** Competitive Advantage, Auto parts manufacturing , Eastern Economic Corridor

## บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญระดับต้นต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาด้านเทคโนโลยีด้านยานยนต์ โดยประเทศไทยมีนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และรถยนต์นั่งที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย โดยประเทศไทยมีการส่งออกมากเป็นอันดับ 13 ของโลกในปี พ.ศ.2559 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) ที่ผ่านมานั้น อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยมีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างมาก เมื่อเทียบกับยอดจำหน่ายและการผลิตที่มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการผลิตรวมรถยนต์มากกว่า 2 ล้านคัน แต่การแข่งขันและความทันสมัยของเทคโนโลยีตลอดจนความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทยต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเจริญเติบโตในอนาคตและสอดคล้องกับทิศทางนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทั้งนี้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทย รวมถึงเพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับทั้งคู่แข่งเดิมในประเทศและคู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทยหรือคู่แข่งที่อยู่ในต่างประเทศ ในยุคที่ตลาดเปิดเสรีอย่างเช่นในปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

โครงการพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) เป็นโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งตะวันออก (Eastern Seaboard Develop Program) ประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และระยอง โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) รวมทั้ง 3 จังหวัด เท่ากับ 0.416 ล้านล้านบาท นับเป็น 9.87% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) (กองเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงแรงงาน, 2560) ปัจจุบันจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เนื่องจากมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถเข้าไปพัฒนาต่อยอดได้ทันที จากปัจจัย



ดังกล่าว ส่งผลให้เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกได้รับความนิยมจากนักลงทุนเพิ่มขึ้นอีก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งเป็นการศึกษาค้นคว้าทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลดังกล่าว เพื่อนำไปสู่โมเดลการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลของแต่ละตัวแปร เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ปัจจุบันการสร้างควมมั่งคั่งมั่นคงให้กับองค์กรก็คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นภารกิจหลักในการดำเนินธุรกิจที่จะต้องทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน Porter (1985) กล่าวว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์การประกอบด้วย กลยุทธ์ต้นทุน (Cost Strategy) และกลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiate Strategy) Barney (1991) ยังแสดงให้เห็นว่าองค์กรได้รับความได้เปรียบในการแข่งขัน เมื่อองค์กรเริ่มสร้างกลยุทธ์ที่มีความสามารถที่ต่างจากปัจจุบันหรือคู่แข่งที่มีศักยภาพและเมื่อคู่แข่งเหล่านี้ไม่สามารถใช้กลยุทธ์เดียวกันได้ อำนาจ ธีระวนิช (2553) ได้กล่าวว่า การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่รวดเร็วกว่าคู่แข่งรายอื่น ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งการผลิตที่สามารถตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว หมายถึง การลดเวลาในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทั้งเวลานำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดและเวลาในการผลิต ส่งผลให้้องค์การประสบผลสำเร็จในด้านต้นทุนต่ำ คุณภาพสูงและการส่งมอบที่รวดเร็ว อย่างไรก็ตาม Cheng *et al.* (2011) ได้ค้นพบความได้เปรียบทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นต้นกำเนิดของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมมีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นต่อองค์กร เพราะนวัตกรรมจะรวมถึงตัวผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กรนั้น ๆ ตลอดจนรูปแบบหรือกระบวนการ ต่าง ๆ ด้วย อาทิ นวัตกรรมด้านกระบวนการ หมายถึง รูปแบบของกระบวนการใหม่ ๆ ที่สามารถส่งผลต่อการ ลดต้นทุน ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามด้วยความสามารถของบุคลากรในองค์กร โครงสร้างองค์การที่



เหมาะสม การปรับโครงสร้างองค์การให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันเชิงธุรกิจ จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้น พบตัวแปรสังเกตได้ของความได้เปรียบทางการแข่งขันจำนวน 4 ตัวแปร คือ 1) ต้นทุน (Cost) คือ มูลค่าการใช้จ่ายที่ถูกใช้ในการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อให้เกิดรายได้จากการขาย 2) คุณภาพ (Quality) หมายถึง การที่องค์การสามารถผลิตสินค้าเป็นไปตามข้อกำหนดที่ต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า 3) การส่งมอบ (Delivery) คือ การที่องค์การสามารถผลิตและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ 4) ความยืดหยุ่น (Flexibility) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนขององค์การให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (Setyawati *et al.*, 2017; Murat, 2012; Oh and Rhee, 2010; Cheng *et al.*, 2011)

## 2. นวัตกรรม (Innovation)

นวัตกรรมนั้นไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงแค่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ช่วยทำให้เกิดประโยชน์และคุณค่าให้กับองค์กรเท่านั้น แต่นวัตกรรมยังเป็นกระบวนการหรือแนวคิด ที่สามารถช่วยส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร ซึ่งทำให้เห็นว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่นั้นสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกกระบวนการของธุรกิจและอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญในกระบวนการและการนำนวัตกรรมนั้นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร นวัตกรรมนั้นมีหลากหลายรูปแบบ แต่ส่วนใหญ่จะถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมในการประกอบอาชีพ ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการใช้นวัตกรรมเพื่อการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น (สัมฤทธิ์จำนง, 2557) ซึ่งนวัตกรรมนั้นจะมีรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป โดยจะขึ้นอยู่กับสาขาอาชีพและความถนัดที่แตกต่างกันของผู้คิดค้นนวัตกรรม (Wolfe, 1994, อ้างถึงใน ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์, 2554) สอดคล้องกับ Wawmayura *et al.* (2017) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย พบว่า นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ยั่งยืน นโยบายภาครัฐควรให้ความสำคัญและส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ส่งเสริมการผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสูงด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าพร้อมการส่งมอบที่ตรงเวลา จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบตัวแปรสังเกตได้ของนวัตกรรมจำนวน 3 ตัวแปร คือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาใหม่หรือจากการปรับปรุงให้ดีขึ้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง 2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น 3) นวัตกรรมการบริหาร (Organization Innovation) คือ การที่องค์การมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือการนำบริหารในรูปแบบใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารงาน เพื่อให้การบริหารงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (Wawmayura *et al.*, 2017; Hyypia and Parjanen, 2013; Atalay *et al.*, 2013; Cheng *et al.*, 2011; Jung *et al.*, 2008)

## 3. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership)

Burns (1978) เป็นบุคคลแรกที่ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยอธิบายว่าเป็นกระบวนการที่ผู้นำและผู้ตามต่างช่วยกันยกระดับคุณธรรม และแรงจูงใจของกันและกันให้สูงขึ้น ซึ่งผู้นำจะ



ค้นหาวิธีเพื่อยกระดับจิตใจของผู้ตามด้วยการดึงดูดความสนใจมาสู่อุดมการณ์ และค่านิยมทางศีลธรรม เช่น เสรีภาพ ความยุติธรรม ความเสมอภาค สันติภาพ และความมีมนุษยธรรม อำนาจ ธีระวนิช (2553) ผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ เป็นผู้ทำการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และองค์การ โดยการผลักดันกลยุทธ์ใหม่ๆ และเปลี่ยนแปลงกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้การแข่งขันกับคู่แข่งที่นำเอาเทคโนโลยีและแบบจำลองทางธุรกิจใหม่เพื่อให้ได้ประโยชน์จากส่วนแบ่งทางการตลาด บุษยา วีรกุล (2558) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ ความสามารถในตัวผู้นำที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญกับผู้ตามและองค์การ ซึ่งพฤติกรรมของผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ สร้างอิทธิพล ให้ความสนใจในแต่ละบุคคล สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น และกระตุ้นการใช้ความสามารถทางความคิด Jung *et al.* (2008) ได้ศึกษาพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้จัดการระดับสูง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนวัตกรรมขององค์การของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมของไต้หวัน ซึ่งผู้จัดการระดับสูง มีบทบาทสำคัญในการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ขององค์การและเป็นบุคคลที่จะสามารถกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีคุณค่าต่อองค์การ สอดคล้องกับ Chen *et al.* (2014) ได้ศึกษาพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และยังพบว่าการวางแผนทางในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมี 4 ตัวแปร คือ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence) คือ การที่ผู้นำมีคุณลักษณะพิเศษ (Charisma) ที่มีอุดมการณ์ มีวิสัยทัศน์และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ประพฤติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation) คือ การที่ผู้นำสร้างแรงจูงใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชาและเกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน ซึ่งช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถแก้ไขปัญหาเพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำงาน 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) คือ การที่ผู้นำกระตุ้นความพยายามของผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในปัญหาและค้นหาทางการแก้ไข เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individual Consideration) หมายถึง การที่ผู้นำเอาใจใส่ดูแลทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกมีคุณค่า มีความสำคัญ ยอมรับความต้องการที่แตกต่างระหว่างบุคคล แนะนำและการมอบหมายงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีการพัฒนาเรียนรู้หรือสนับสนุนในการทำงาน เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายของส่วนตนและส่วนรวม (Hyypia and Parjanen, 2013; Chen *et al.*, 2012; Khan *et al.*, 2009; Jung *et al.*, 2008)

#### 4. องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

การเรียนรู้ขององค์การเป็นกระบวนการหลักที่จะทำให้เกิดการจัดการนวัตกรรม (Stata, 1989) และเป็นองค์การที่มีความสามารถพัฒนาและขยายความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีการปรับการเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดขององค์การ อีกทั้งพัฒนาการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้ดีขึ้นเป็นประโยชน์กับองค์การอยู่เสมอ (Senge, 1991) สอดคล้องกับ เจษฎา นกน้อย (2552) ได้ให้ความหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้ หมายถึง การที่องค์กรได้มีการระดมกำลังบุคลากรทุกคนในองค์กรเพื่อวิเคราะห์ปัญหา การ

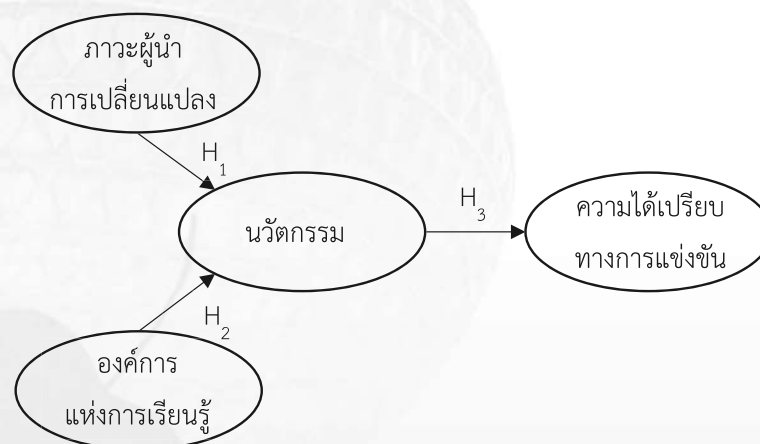
กำหนดเป้าหมายร่วมกัน และแสวงหาวิธีการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา Gonzalez (2011) ค้นพบว่า การสนับสนุนให้พนักงานเกิดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบโดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่พนักงานสามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องเกิดการแบ่งปันความรู้ร่วมกัน เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ที่มีประโยชน์และมีคุณค่าต่อองค์กร จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมี 3 ตัวแปร คือ 1) การได้มาซึ่งข้อมูล (Information Acquisition) คือ การที่องค์กรได้มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน ทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร 2) การกระจายข้อมูล (Information Distribution) คือ การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแบ่งปันหรือกระจายข้อมูลไปสู่สมาชิกภายในองค์กรอย่างทั่วถึง 3) การตีความข้อมูล (Information Interpretation) คือ กระบวนการที่สมาชิกภายในองค์กรได้ตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับทั้งจากภายในหรือภายนอกองค์กร เพื่อพัฒนาความเข้าใจ และนำไปสู่การเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร (Beyene *et al.*, 2016; Gonzalez, 2011; Lopez *et al.*, 2005)

จากการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยและองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยตามแนวคิดเชิงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานของโมเดลสมการโครงสร้างและกรอบงานวิจัย ดังภาพที่ 1

สมมติฐานที่ 1 (H1): ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงกับนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 2 (H2): องค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงกับนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 3 (H3): นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย



## ระเบียบวิธีการวิจัย

### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในระดับผู้จัดการระดับต้น ผู้จัดการระดับกลาง หรือผู้จัดการระดับสูง ซึ่งถือได้ว่าเป็นตัวแทนบริษัทที่ประกอบกิจการอุตสาหกรรมประเภทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจำนวนทั้งสิ้น 521 แห่ง (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2562) ดังนั้นการหาขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้กฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้เป็น 20 ต่อ 1 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) สอดคล้องกับ Hair *et al.* (2012) และ Weston and Gore (2006) ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร จะได้ว่าจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างคือ 280 คน

### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้กฎอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้เป็น 20:1 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2548) สอดคล้องกับ Hair *et al.* (2012) และ Weston and Gore (2006) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้พบตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร จะได้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 20x14 เท่ากับ 280 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) คำนวณสัดส่วนของกลุ่มประชากรแยกตามนิคมอุตสาหกรรม จากนั้นทำการสุ่มตามสะดวกเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของแต่ละเขตนิคมอุตสาหกรรม

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและมาตรวัดที่ใช้เป็นแบบประเมินค่า (Rating scale) ของ Likert scale โดย แบ่งเป็น 5 ระดับ (เห็นด้วยมากที่สุด = 5, เห็นด้วยมาก = 4, เห็นด้วยปานกลาง = 3, เห็นด้วยน้อย = 2, เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1) จากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม โดยจะเลือกข้อคำถามมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป แล้วนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล จำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งไม่อยู่ในกลุ่มประชากรตัวอย่าง จากนั้นนำมาตรวจสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) โดยใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Hair *et al.*, 2012) พบว่าได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.978

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการติดต่อขอเก็บข้อมูลกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลทางโทรศัพท์ เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามผ่านทาง e-mail พร้อมแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการตอบแบบสอบถาม และได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือน มีนาคม-พฤษภาคม 2563 เป็นเวลา 3 เดือน



ตารางที่ 1 เกณฑ์การอธิบายตัวแปร

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับของปัจจัย
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ที่มา : Best, J. W., & Kahn, J. V. (1998). *Research in education*. 8<sup>th</sup> ed. Boston: Allyn and Bacon : 239-332

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอนุมาน โดยสถิติการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) จากนั้นทำการตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลการวัดและข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ค่าสถิติที่ยอมรับในการตรวจสอบความกลมกลืน ดังตารางที่ 2 และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 2 ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องความกลมกลืน

สถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การยอมรับ
CMIN-p ( $\chi^2$ )	Ns.(p-value $\geq$ .05)
Relative Chi-square ( $\chi^2/df$ )	$\leq$ 2.00
Goodness of Fit Index (GFI)	$\geq$ 0.90
Comparative Fit Index (CFI)	$\geq$ 0.90
Normal Fit index (NFI)	$\geq$ 0.90
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	$\geq$ 0.90
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$\leq$ 0.05

ที่มา : Joseph, F., Hair, J., William, C. B., Barry, J. B., & Rolph, E. A. (2014). *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Pearson Education Limited : 541-591





## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 280 ชุด สรุปข้อมูลดังตารางที่ 2 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 73.57 และเพศหญิงจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 26.43 ส่วนมากมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือมีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 44.29 ช่วงอายุสูงกว่า 50 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 และอายุต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 ตามลำดับ ส่วนมากจบการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.57 การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.93 ตามลำดับ

### ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	206
	เพศหญิง	74
อายุ	ต่ำกว่า 31 ปี	15
	31-40 ปี	126
	41-50 ปี	124
	สูงกว่า 50	15
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	11
	ปริญญาตรี	231
	สูงกว่าปริญญาตรี	38

### ตารางที่ 4 ระดับของปัจจัย

ปัจจัย	Mean	SD	แปลผล
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformation Leadership)	4.02	0.703	เห็นด้วยมาก
องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)	3.53	0.675	เห็นด้วยมาก
นวัตกรรม (Innovation)	3.98	0.716	เห็นด้วยมาก
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	3.93	0.672	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ระดับของปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.02 (SD=0.703) แปลผลว่าเห็นด้วยมาก รองลงมาคือ นวัตกรรม มี



ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (SD=0.716) แปลผลว่าเห็นด้วยมาก ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (SD=0.672) แปลผลว่าเห็นด้วยมาก และองค์การแห่งการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (SD=0.675)

#### ผลการวิเคราะห์รูปแบบโมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวัดกับข้อมูลที่ได้จากเก็บกลุ่มตัวอย่าง หรือข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness of Fit Measures) พบว่าค่าทางสถิติที่ใช้พิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลบางค่ายังไม่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยมีค่า p-value = 0.000, CMIN/DF ( $\chi^2/df$ ) = 3.487, GFI = 0.873, AGFI = 0.820, CFI = 0.908, RMSEA = 0.094 and NFI = 0.877 ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับโมเดลการวิจัย โดยอาศัยดัชนีปรับโมเดล (Modification Indices: MI) แนะนำให้ปรับ (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2556) จนค่าสถิติทุกตัวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิด มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตรวจสอบความสอดคล้องความกลมกลืน (Goodness of Fit Measures)

สถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การยอมรับ	ค่าที่ได้	แปลผล
CMIN-p ( $\chi^2$ )	Ns.(p-value >.05)	.082	ผ่านเกณฑ์
Relative Chi-square ( $\chi^2/df$ )	$\leq 2.00$	1.275	ผ่านเกณฑ์
Goodness of Fit Index (GFI)	$\geq 0.90$	.966	ผ่านเกณฑ์
Comparative Fit Index (CFI)	$\geq 0.90$	.992	ผ่านเกณฑ์
Normal Fit index (NFI)	$\geq 0.90$	.967	ผ่านเกณฑ์
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	$\geq 0.90$	.934	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	$\leq 0.05$	.031	ผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 6 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่ามาตรฐานน้ำหนักขององค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง 0.381-0.904 และค่าอัตราความผันแปร ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.145-0.817 ด้านองค์การแห่งการเรียนรู้ มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง 0.854-0.913 และค่าอัตราความผันแปร ( $R^2$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.730-0.834 ทางด้านนวัตกรรม มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง 0.621-0.729 และค่าอัตราความผันแปร ( $R^2$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.386-0.532 และด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง 0.734-0.814 และค่าอัตราความผันแปร ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.539-0.663 ดังแสดงตารางที่ 6



ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

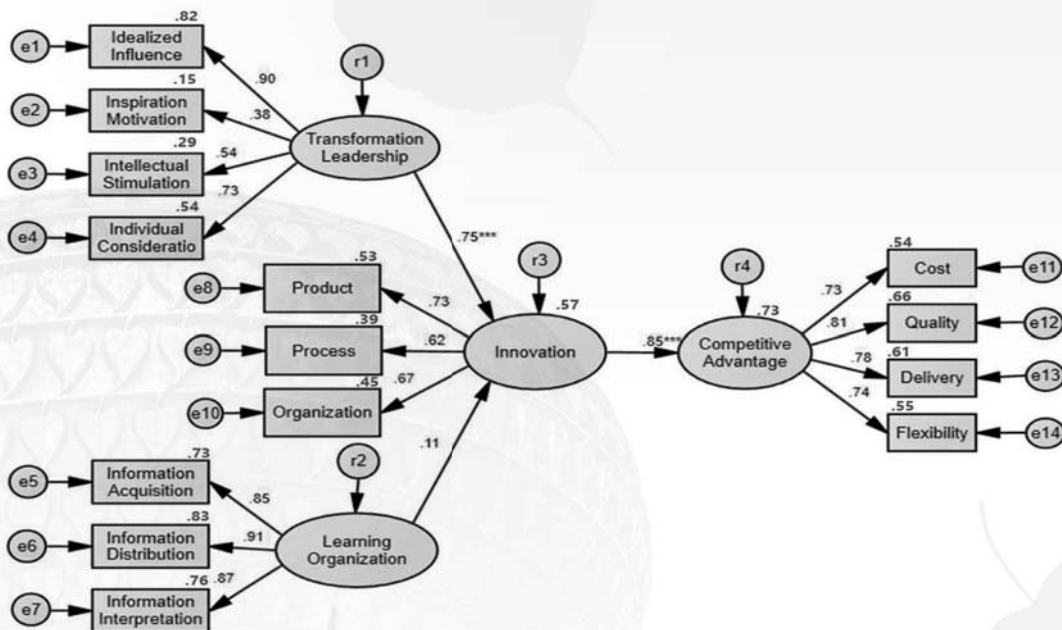
ความสัมพันธ์ของตัวแปร			Standard Regression weights	S.E.	R <sup>2</sup>	C.R.	p-value
Innovation	<---	Transformation Leadership	.745	.069		9.019	***
					.566		
Innovation	<---	Learning Organization	.107	.041		1.973	.048
Competitive Advantage	<---	Innovation	.854	.102	.730	8.654	***
Inspiration Motivation	<---	Transformation Leadership	.381	.076	.145	6.149	***
Intellectual Stimulation	<---	Transformation Leadership	.539	.063	.290	8.855	***
Product	<---	Innovation	.729		.532		
Organization	<---	Innovation	.669	.118	.447	9.681	***
Information Interpretation	<---	Learning Organization	.873	.050	.762	18.904	***
Information Distribution	<---	Learning Organization	.913	.052	.834	19.816	***
Information Acquisition	<---	Learning Organization	.854	.049	.730	19.816	***
Cost	<---	Competitive Advantage	.734		.539		
Quality	<---	Competitive Advantage	.814	.078	.663	12.695	***
Delivery	<---	Competitive Advantage	.782	.082	.612	12.124	***
Flexibility	<---	Competitive Advantage	.741	.085	.550	11.707	***



ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร (ต่อ)

ความสัมพันธ์ของตัวแปร	Standard Regression weights	S.E.	R <sup>2</sup>	C.R.	p-value
Individual Consideration <--- Transformation Leadership	.734	.088	.538	11.774	***
Idealized Influence <--- Transformation Leadership	.904	.348	.817	6.149	***
Process Innovation <--- Innovation	.621	.091	.386	9.985	***

หมายเหตุ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ \*\*\* p-value < .01



Chi-square ( $\chi^2$ ) = 70.110, df = 55, p-value = .082, CMIN/DF ( $\chi^2/df$ ) = 1.275, GFI = .966,

CFI = .992, NFI = .967, AGFI = .934 and RMSEA = .031

ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างของความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก



**ผลการวิเคราะห์ สมการโครงสร้างของโมเดลดังภาพที่ 2 และตารางที่ 6 ตามสมการดังนี้**

$$\text{Innovation} = 0.75\text{Transformation Leadership} + 0.11\text{Learning Organization}, R^2 = 0.57 \quad (1)$$

$$\text{Competitive Advantage} = 0.85 \text{Innovation}, R^2 = 0.73 \quad (2)$$

จากสมการที่ (1) พบว่าปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) เท่ากับ 0.069 และปัจจัยองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรม มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.11 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) เท่ากับ 0.041 โดยสมการสามารถอธิบายความผันแปรของนวัตกรรมได้ ร้อยละ 57 ( $R^2 = 0.566$ )

จากสมการที่ (2) พบว่าปัจจัยทางด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.) เท่ากับ 0.102 โดยสมการสามารถอธิบายความผันแปรของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ร้อยละ 73 ( $R^2 = 0.730$ )

**การทดสอบสมมติฐาน**

เมื่อพิจารณาค่า p-value และ C.R.(Critical Ratio) หรือ t-value ของความสัมพันธ์แต่ละคู่และประเมินค่าอิทธิพลระหว่างปัจจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coefficient) และสมมติฐานค่า C.R. (t-test) มากกว่า 1.96 มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐาน ดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย**

สมมติฐาน	Coefficient	t-test	TE	DE	IE	P-value	แปลผล
สมมติฐานที่ 1 : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม	.745	9.019	.745	.745	-	***	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 : องค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรม	.107	1.973	.107	.107	-	0.048	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.854	8.654	.854	.854	-	***	สนับสนุน

หมายเหตุ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ \*\*\* p-value < .01

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = 0.745 ยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 (H2) : องค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรม พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = 0.107 ยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สมมติฐานที่ 3 (H3) : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = 0.854 ยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สรุปและอภิปรายผล

1. การศึกษารูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ผลการวิเคราะห์พบว่า นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (coef. = 0.854) โดยตัวชี้วัดนวัตกรรมที่มีค่าสูงสุด คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Murat Ar. (2012: 854-864) ได้พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถลดการเรียกร้องปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ Cheng et al. (2011) ได้ค้นพบว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างให้เป็นความสามารถหลักขององค์กร สอดคล้องกับ Wawmayura et al. (2017) ค้นพบว่า นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ยั่งยืน ด้วยการผลิตชิ้นส่วนที่มีคุณภาพสูง ต้นทุนที่ต่ำกว่าพร้อมการส่งมอบที่ตรงเวลา นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม (coef. = 0.745) ซึ่งสอดคล้องกับ Morales et al. (2012) พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์กร โดยองค์กรต้องการภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงแสดงบทบาท เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Jung et al. (2008) ได้ศึกษาพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้จัดการระดับสูง มีบทบาทสำคัญในการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ขององค์กรและเป็นบุคคลที่จะสามารถกระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆที่มีคุณค่าต่อองค์กร สอดคล้องกับ Chen et al. (2014) ได้ศึกษาพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในผู้บริหารระดับสูง เป็นปัจจัยสำคัญของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และยังพบว่าการวางแผนทางในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีที่เหนือกว่าคู่แข่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ และปัจจัยด้านองค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรม (coef. = 0.107) สอดคล้องกับ Gonzalez (2011) พบว่าสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์กรต้องมีการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และสอดคล้องกับ Kalyar and Rafi (2013) พบว่าองค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถส่งผลในการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ดังนั้นผู้นำในแต่ละระดับต้องแสดงบทบาทภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ร่วมกันผ่านองค์กรแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมให้มีการกระจายความรู้สู่พนักงานทั่วทั้งองค์กร ร่วมกันการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านคุณภาพ และร่วมกันสร้างให้เป็นความสามารถหลักขององค์กร ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

2. ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ข้อมูล พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิด มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามทฤษฎีโดยมีตัวชี้วัด



(Hair *et al.*, 2014) คือ Chi-square ( $\chi^2$ ) = 70.110, df = 55, p-value = .082, CMIN/DF ( $\chi^2/df$ ) = 1.275, GFI = .966, AGFI = .934, CFI = .992, NFI = .967 and RMSEA = .031

## ข้อเสนอแนะและการวิจัย

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ เป็นปัจจัยสำคัญของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยผู้บังคับบัญชาจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน โดยใช้เหตุผลกับผู้ใต้บังคับบัญชามากกว่าอารมณ์ ปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา โดยให้ความสำคัญกับงาน และองค์การเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความเชื่อมั่น ความศรัทธา เกิดความมุ่งมั่นในพัฒนาการทำงาน สามารถคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับองค์กร

2. ปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญ การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าอยู่เสมอ เช่น การนำวัสดุที่มีคุณภาพสูงมาใช้ในกระบวนการผลิต มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้า หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น มุ่งเน้นการปรับปรุงและนำนวัตกรรมการผลิตแบบใหม่มาใช้ เช่น การผลิตแบบ ลีน (Lean manufacturing) การผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in time) เพื่อให้กระบวนการทำงานเกิด ประสิทธิภาพสูงสุดและมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น เป็นการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยที่ไม่ได้ร้องขอ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร

3. ด้านองค์การแห่งการเรียนรู้ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการกระจายข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยองค์การควรมุ่งเน้นมีการจัดสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อกระจายข้อมูลให้กับพนักงาน ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น บอร์ด ป้าย เสียงตามสาย เป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เกิดความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่มีคุณค่าต่อองค์กร

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้นำขององค์กรที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในแต่ละระดับควรมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม โดยการส่งเสริมการเรียนรู้ภายในองค์กร กระตุ้นให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ สามารถลดต้นทุนการผลิต การส่งมอบที่ตรงเวลาและมีความยืดหยุ่นต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่ง

2. นักวิจัยหรือผู้ศึกษา สามารถนำโมเดลการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ นำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมประเภทอื่น เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมโรงแรม การท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์และยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประเภทอื่นได้



### บรรณานุกรม

- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2562). รายชื่อโรงงาน. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2562, จากการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.)เว็บไซต์: <https://www.ieat.go.th/ieat-industry-port-factory/ieat-factory-list>.
- กองเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงแรงงาน. (2560). รายงานการศึกษาวิเคราะห์ฐานข้อมูลแรงงานและประมาณการความต้องการแรงงานของอุตสาหกรรมเป้าหมายในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC). สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2562, จากศูนย์ข้อมูลแรงงานแห่งชาติ เว็บไซต์:<http://nlic.mol.go.th/sites/default/files/Documents/EEC.pdf>.
- เจษฎา นกน้อย. (2552). นานาทรรศนะการจัดการความรู้และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: บริษัท ส.เอเชียเพรส(1989) จำกัด.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2548). แนวโน้มการวิจัยในยุคสังคมความรู้. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 1(2), 9-18.
- บุษยา วีระกุล. (2558). ภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์ องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- ศิวนันท์ ศิวพิทักษ์. (2554). การจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2560). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2560-62 อุตสาหกรรมรถยนต์. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จากศูนย์วิจัยกรุงศรี เว็บไซต์: [https://www.krungsri.com/bank/getmedia/cf250dec-3bbe-4629-8a6b40f7937eee4b/IO\\_Automobile\\_2017\\_TH.aspx](https://www.krungsri.com/bank/getmedia/cf250dec-3bbe-4629-8a6b40f7937eee4b/IO_Automobile_2017_TH.aspx).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). SME ไทยก้าวทันกระแสยานยนต์ยุค 4.0 แล้วหรือยัง. สืบค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2562, จากศูนย์วิจัยกรุงศรี เว็บไซต์: [https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Thai-Automotive\\_4-0.aspx](https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Thai-Automotive_4-0.aspx).
- สัมฤทธิ์ จ่านง. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อำนาจ อีระวนิช. (2553). การจัดการยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: มาเธอร์ บอส แพคเกจจิ้ง.
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1998). *Research in education*. 8<sup>th</sup> ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Beyene, K. T., Shi, C. S., & Wu, W. W. (2016). The impact of Innovation Strategy on Organization Learning and Innovation Performance: Do firm size and Ownership type make a difference. *South African Journal of Industrial Engineering*, 27(1), 125-136.
- Burns, J.M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.





- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, 40(3), 414-433.
- Ilker, M. A. (2012). The impact of green product innovation on firm performance and competitive capability: the moderating role of managerial environmental concern. *Social and Behavioral Sciences*, 62, 854-864
- Joseph, F., Hair, J., William, C. B., Barry, J. B., & Rolph, E. A. (2014). *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Jung, D., Wu, A., & Chow, C. (2008). Towards understanding the direct and indirect effects of CEOs' transformational leadership on firm innovation. *The Leadership Quarterly*, 19, 582-594.
- Masood, N. K., & Nosheen, R. (2013). Organizational learning culture': an ingenious device for promoting firm's innovativeness. *The Service Industries Journal*, 33(12), 1135-1147.
- Mavis, Y. C. C., Carol, Y. Y. L., Hsing-Er, L., & Edward, F. M. III. (2012). Does transformational leadership facilitate technological innovation the moderating roles of innovative culture and incentive compensation. *Asia Pac J Manag*, 29, 239 - 264.
- Mirva, H., & Satu, P. (2013). Boosting Creativity with Transformational Leadership in Fuzzy Front-end Innovation Processes. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 8, 21-41.
- Murat, A., Nilgun, A., & Fulya, S. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. *Social and Behavioral Sciences*, 75, 226-235.
- Oh, J., & Rhee, S. K. (2010). Influences of supplier capabilities and collaboration in new car development on competitive advantage of carmakers, *Management Decision*, 48(5), 756-774.
- Rabia, K., Abaid, U. R., & Afsheen, F. (2009). Transformational leadership and organizational innovation: Moderated by organizational size. *African Journal of Business Management*, 3(11), 678-684.
- Rebecca, W., & Paul, A. G. J. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modelling. *THE COUNSELING PSYCHOLOGIST*, 34(5), 719-751.
- Sanchez de Pablo Gonzalez del Campo, J. D., & Miha, S. (2011). The organizational learning process as facilitator of innovativeness. *Innovation and Learning*, 9(4), 401-421.



- Senge, P.M. (1991). Team Learning. *Mckinsey Quarterly*, 1, 82-93.
- Shahzad, K., & Muhammad, A. A. (2013). Role of Leadership Style and Its Impact on Getting Competitive Advantage. *European Journal of Applied Sciences*, 5(2), 53-61.
- Sri, M. S., Monica, R., & Mohd, N. M. S. (2017). Competitive Advantage as Mediating Variable on the Relationship between Innovation and Business Performance on SMES in Purwokerto Province. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(7), 693-699.
- Stata, R. (1989). Organizational Learning-The key to Management Innovation. *Sloan Management Review*, 30(3), 63-74.
- Susana, P. L., Jose, M. M. P., & Camilo, J. V. O. (2005). Organizational learning as a determining factor in business performance, *The Learning Organization*, 12, 227-245.
- Victor, J. C. M., Maria, M. J. B., & Leopoldo, G. G. (2012). Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation. *Journal of Business Research*, 65, 1040-1050.
- Wang, W. C., Lin, C. H., & Chu, Y. C. (2011). Type of Competitive Advantage and Analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 100 - 104.
- Wawmayura, C., Wannu, F., & Josu, T. (2017). The effects of R&D and Innovation Capabilities on the Thai automotive industry part's Competitive Advantage: A SEM approach, *Management and Production Engineering Review*, 8(1), 101 - 112.
- Wolfe, R. A. (1994). Organizational Innovation: Review, Critique and Suggested Research Directions. *Journal of Management Studies*, 31(3), 405-431.
- Yang, C., Guiyao, T., Jiafei, J., Qinghong, X., & Ji, L. 2014. CEOs' Transformational Leadership and Product Innovation Performance: The Roles of Corporate Entrepreneurship and Technology Orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(1), 2-17.