

Competitive Competency for Sustainable Organization of Automotive Services Entrepreneurs in Thailand

Pacharaphong Pangpriee¹ and Naris Penpokai²

Received	Reviewed	Revised	Accepted
28/05/2563	09/07/2563	17/07/2563	20/07/2563

Abstract

The objectives of the research were 1) To study the composition of service quality factors. Entrepreneurial skills, Performance of working, Service Innovation, and ability to compete with sustainability organizations 2) To study the relationships between factors that influence each other of service quality factors Entrepreneurial skills Performance of working, Service Innovation, and Competitiveness towards sustainability organizations. 3) To study the model of factors of competitiveness towards sustainability organizations. By researching both quantitative and qualitative which quantitative is a simple sampling. The sample consisted of 480 supervisor-level supervisors of automobile service centers in Thailand. The research tool was a questionnaire consisting of general questions and questions relating to initial variables. Which is an approximate scale pass the content accuracy test and confidence, and analyzed the data by using multiple regression analysis techniques for qualitative Use in-depth surveys to collect data from 9 automobile service center operators to study ways to improve the competitiveness of the organization of the sustainability of automobile service center operators in Thailand.

The result of the research showed that the model of Structural Equation factors influenced the competitiveness of the organization of sustainability of automobile service center operators in Thailand. There was the model consistency index in harmony with the empirical data which can be considered at $\chi^2 = 247.36$, $df = 215$, $\chi^2 / df =$

¹ Student of Faculty of Management, Shinawatra University, Email: pacharaphong.pa@gmail.com

² Ph.D. Management, School of Management, Shinawatra University, Email: naris1959@hotmail.com

1.151, P-value = 0.064, RMSEA = 0.018, GFI = 0.962, AGFI = 0.938, and the results of the structural equation model analysis on path influences affecting direct influence Performance Service Quality and Entrepreneurial skills effected directly influence the Service Innovation Statistical significance with the direct influence path coefficient equal to 0.581 ** 0.186 ** and 0.184 ** respectively and the Performance Service Quality, Entrepreneurial Skills affected indirectly influence through Service Innovation to Competitiveness towards a sustainable organization statistical significance with path coefficient of indirect influence is 0.158 ** 0.051 * and 0.050 * respectively. And the Performance Service Quality, Service Innovation, and Entrepreneurial Skills effected directly influence the ability to compete with sustainability organizations. With the direct influence coefficient equal to 0.357 ** 0.285 ** 0.271 ** and 0.093 * respectively. For guidelines for the development of competitiveness towards sustainability organizations, entrepreneurs provide guidelines for development that has to be given importance on Service Quality Enthusiasm of the area, having planning skills and targeting continuous learning Marketing Ability. Entrepreneurs must have patience, trying to strive for the organization to succeed. Attaching importance to the evaluation of the employees' job performance in changing positions at higher positions. Creating work motivation so that employees are willing to provide services to customers. Providing ongoing training for employees on the use of technology. The technology to be conveniently used with existing service methods more suitable to increase efficiency and service potential. In summary, entrepreneurs agree that every variable is important to the competitiveness of the organization's sustainability of automobile service center operators in Thailand.

Keywords: Competitive Capability, Sustainable Organization, Automotive Services Entrepreneurs

ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการ รถยนต์ในประเทศไทย

พัชรพงษ์ แพ่งไพรวิ³ และ นริศ เพ็ญโกโค⁴

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างกัน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน 3) เพื่อศึกษารูปแบบโมเดลของปัจจัยความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน โดยมีการดำเนินวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ซึ่งเชิงปริมาณเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปฏิบัติงานระดับหัวหน้างานของศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย จำนวน 480 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามทั่วไป และคำถามที่เกี่ยวกับตัวแปรต้น โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณ ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อมั่น แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ สำหรับเชิงคุณภาพ ใช้การสำรวจเชิงลึก เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ จำนวน 9 ท่าน เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนมีความสอดคล้องกับบรรณกรรมและข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่า $P\text{-Value} = 0.15760$, $DF = 214$, $\text{Chi-Square} = 234.76$, $\text{RMSEA} = 0.014$ ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับผลการวิเคราะห์ตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลสมการโครงสร้างนั้น เมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยรวมของโมเดล พบว่า ตัวแปรผลนวัตกรรมบริการ และความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนได้ร้อยละ 83.10 และ 91.30 ตามลำดับ ซึ่งสามารถวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผล ดังนี้ เส้นทางของอิทธิพลทางตรง (DE) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.586** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.186**

³ นักศึกษาประจำคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร, Email: Pacharaphong.pa@gmail.com

⁴ คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.184** ตามลำดับ สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อม (IE) ผ่านนวัตกรรมบริการ (INN) ไปยังความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของอิทธิพลทางอ้อมอันประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.158** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.051* และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.050* ตามลำดับ และสามารถส่งอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของอิทธิพลทางตรง อันประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.357** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.285** นวัตกรรมบริการ (INN) = 0.271** และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.093* ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความสามารถในการแข่งขัน, องค์กรแห่งความยั่งยืน, ผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์

บทนำ

รถยนต์ก็ถือเป็นปัจจัยเสริมที่มีสำคัญอย่างมากในการดำเนินชีวิต อีกทั้งสร้างมูลค่าในทางเศรษฐกิจให้กับประเทศทั้งการบริโภคภายในประเทศและการส่งออก ทำให้อุตสาหกรรมยานยนต์ทั่วโลกจึงต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ทั้งด้านการออกแบบ การผลิต ระบบการบริหารจัดการ โดยจะเห็นได้จากการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนรถยนต์ โดยเฉพาะในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในประเทศไทย มีการลงทุนจากบริษัทผู้ผลิตรถยนต์เป็นจำนวนมาก ทั้งผลิตเพื่อการส่งออก และผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ อันส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการคาดหวังอัตราการเจริญเติบโตของการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่จะเติบโตสูงขึ้นเกินร้อยละ 5 แต่ปรากฏว่ารัฐบาลได้มีการปรับเปลี่ยนภาษีสรรพสามิตรถยนต์ ร้อยละ 5-10 ส่งผลให้ยอดการจดทะเบียนรถยนต์ใหม่มีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 3.27 (Department of Land Transport, Bureau of Transportation Systems. 2019) แต่ในทางกลับกัน การดำเนินธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์รายได้ของธุรกิจซ่อมบำรุงยานยนต์ ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2557-2560 เฉลี่ย 8.47% ต่อปี โดยในปี 2560 มีรายได้รวม 11,028 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็น 6.37% โดยอัตราการเติบโตของรายได้สูงสุดในปี 2558 อยู่ที่ 18.49% หากวิเคราะห์รายได้ตามขนาดของธุรกิจที่ส่งงบการเงิน ธุรกิจขนาดเล็ก มีสัดส่วนรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 28% ของรายได้ทั้งหมด ขนาดกลาง 7% และขนาดใหญ่ 65% ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้ของธุรกิจ ขนาดใหญ่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง มีรายได้ที่ผันผวนเล็กน้อย

ในส่วนของการทำกำไรของศูนย์บริการรถยนต์รายได้ของธุรกิจซ่อมบำรุงยานยนต์ ในภาพรวมมีกำไรสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตั้งแต่ปี 2558-2560) โดยในปี 2560 มีกำไรสุทธิรวม 1,026.38

ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21.49% เมื่อเทียบกับปี 2559 สะท้อนให้เห็นว่าภาพรวมธุรกิจยังคงสามารถทำกำไรได้ดีขึ้น เมื่อพิจารณาความสามารถในการทำกำไรตามขนาดของธุรกิจ พบว่า ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางมีความผันผวนในการทำกำไรเล็กน้อย ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีแนวโน้มการทำกำไรที่สูงขึ้น ประกอบกับปริมาณของผู้ใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลดีต่อธุรกิจในระยะยาว อย่างไรก็ตาม สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กยังคงมีความเสี่ยงเนื่องจากต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจขนาดกลางและเล็กจำเป็นต้องปรับตัวและหากลยุทธ์ในการทำตลาดเพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการ (Department of Business Development, 2019)

โดยปัจจุบันบริษัทรถยนต์ให้ความสำคัญเรื่องของบริการเพราะถือได้ว่าการบริการเป็นกระบวนการที่สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องนำปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการ ด้านทักษะผู้ประกอบการ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน นวัตกรรมบริการ และความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ตอบสนองความต้องการและเสริมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอีกทั้งเพิ่มช่องทางการขายที่ผู้บริโภครับรู้โดยตรง โดยปรับปรุงให้มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าผลของการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทยทั่วไป ให้มีคุณภาพและมาตรฐานในการบริการที่สูงขึ้น เพื่อสามารถให้บริการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ รวมไปถึงประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างกัน ของปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบโมเดลความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

สมมติฐานที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการส่งอิทธิพลทางตรงต่อ
นวัตกรรมการบริการ

สมมติฐานที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านทักษะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงต่อ
นวัตกรรมการบริการ

สมมติฐานที่ 3 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อ
นวัตกรรมการบริการ

สมมติฐานที่ 4 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการส่งอิทธิพลทางตรงต่อ
ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

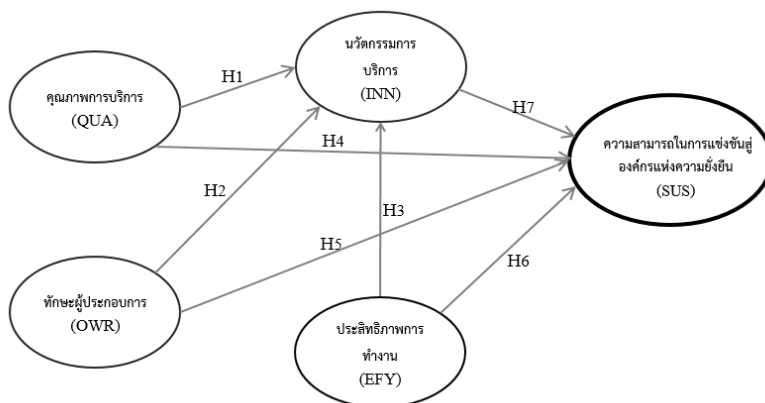
สมมติฐานที่ 5 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านทักษะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงต่อ
ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

สมมติฐานที่ 6 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านประสิทธิภาพการทำงานส่งอิทธิพล
ทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

สมมติฐานที่ 7 โมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยด้านนวัตกรรมการบริการส่งอิทธิพลทางตรง
ต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการ
ศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพในการทำงาน นวัตกรรมการบริการ ความสามารถในการแข่งขัน
สู่องค์กรแห่งความยั่งยืน มาใช้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ คุณภาพการบริการเป็นการเสนอการบริการที่ดีที่สุดด้วยความตั้งใจในช่วงเวลาที่เหมาะสมทั้งเวลา รูปแบบ และสถานที่กับลูกค้าเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด มักจะเปรียบเทียบการบริการจากสิ่งที่คาดหวังก่อนรับบริการกับสิ่งที่ได้รับบริการจริง ซึ่งถ้าสิ่งที่ได้รับบริการนั้นสูงกว่าที่คาดหวัง จะทำให้ได้รับความพอใจในทางบวกลูกค้าจะเกิดความความประทับใจสูงสุดทำให้รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และส่งผลให้เกิดการบอกต่อไปยังคนรู้จัก แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับบริการนั้นน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความรู้สึกไม่พอใจไม่ประทับใจ และจะไม่เกิดการบอกต่อ ซึ่งอาจจะส่งผลเสียได้ (Parasuraman & Grewal, 2000)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของธุรกิจที่สำคัญ ที่จะทำให้อุทิศประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ขณะที่สภาวะแวดล้อมต่าง ๆ เป็นปัจจัยช่วยเสริม ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินการบริหารจัดการและพัฒนาไปสู่ความสำเร็จที่ตั้งเป้าหมายไว้ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ด้วยภาวะความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิต ตลอดจนการดูแลควบคุม ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความชำนาญในทักษะการปฏิบัติงานหลาย ๆ ด้าน เพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร (Hunt, B. & Virasa, T., 2009)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการทำงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เป็นการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ และใช้ให้น้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลา

ทรัพยากรแรงงาน รวมถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการปฏิบัติงานนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเพียรพยายาม ปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จ การเอาใจใส่ในการปฏิบัติงานหรือการพิจารณาหาเหตุผลและวางแผน ในการปฏิบัติงานให้เป็นผลสำเร็จ บรรลุเป้าหมายตามต้องการ (Phichaya Wattanarungsun, 2015)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ นวัตกรรมถือว่าเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการ ใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดจาก การนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อสร้างให้เกิด เป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของประเทศ (National Innovation Agency, 2015) นวัตกรรมถือว่าเป็นความคิดหรือ การกระทำใหม่ ๆ และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ได้เรื่อย ๆ ซึ่งนวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดในเชิงกล ยุทธ์ที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการธุรกิจ (Walailak Rattanawong, Nuttida Suwanno and Teerasak Jindabot , 2014) อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจที่นำไปสู่การสร้างความสามารถ ทางการแข่งขัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในทางแข่งขันอย่างยั่งยืนสู่องค์กรแห่ง ความยั่งยืน Davol., Mayor & Hera, 2011 โดยการสร้างความสำเร็จเปรียบทางการแข่งขันเกิดจาก 4 ปัจจัย คือ 1) ประสิทธิภาพ (Superior efficiency) 2) คุณภาพ (Quality) 3) นวัตกรรม (Innovation) 4) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer responsiveness) โดยปัจจัยทั้งสี่นี้ ต้องมี ความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน (Charles W. L. Hill. & Gareth R. Jones., 2009) อีกทั้งต้อง ศึกษาความยั่งยืนซึ่งระหว่างธุรกิจกับสภาพสิ่งแวดล้อม จะต้องให้ความสำคัญไปที่มนุษยธรรม จริยธรรม และความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ ถ้าสิ่งเหล่านี้ไม่ถูกนำมาเป็นพัฒนาในการ ดำเนิน ธุรกิจก็จะไม่ช่วยให้องค์กรนั้นเติบโตอย่างยั่งยืนได้ ความยั่งยืนของธุรกิจจะเป็นเป้าหมายสูงสุดเป็น สร้างความจำเป็นปัจจุบันเพื่อไม่ให้สูญเสียความสามารถในอนาคต โดยที่องค์กรจะต้องมีการสร้าง สมดุลกันระหว่าง 3 P ด้วยกันคือ กำไร (Profit) คนหรือสังคม (People) และโลกหรือสิ่งแวดล้อม (Planet) สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจนำสู่ความยั่งยืน ซึ่งเป็น กลยุทธ์ที่ช่วยให้เป็นผู้นำในการแข่งขัน และช่วยเพิ่มศักยภาพทางด้านประสิทธิภาพทางการเงินด้วย (Van Marrewijk, 2003)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sorasak Kwoalueng (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความคล่องตัวกับความได้เปรียบ ทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจก่อสร้าง ดุษฎีนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบปัจจัยความ คล่องตัวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจก่อสร้าง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านกลยุทธ์ ด้านความสามารถขององค์กร ด้านการให้ความสำคัญของตลาด ด้านสภาพแวดล้อมปัจจัย ส่วนความคล่องตัว การตอบสนอง ความรวดเร็ว สมรรถนะ และความยืดหยุ่น และดัชนีชี้วัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน การรักษาลูกค้าเก่า ชื่อเสียงขององค์กร และการยอมรับของชุมชน และสังคมโดยรอบจากผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาส่งเสริมให้เกิดความคล่องตัวในองค์กร เตรียมพร้อมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ความสามารถที่ต้องปรับให้เหมาะสมต่อสถานการณ์ และสถานการณ์ด้านสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ต้องอาศัยการตอบสนอง ความรวดเร็วในการปฏิบัติ สมรรถนะหรือความสามารถที่จำเป็นให้เกิดความคล่องตัว และความยืดหยุ่นในส่วนงานต่าง ๆ ทำให้องค์กรได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งในทุกด้านได้

Panithan Leenakitti(2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งความยั่งยืน ยุทธศาสตร์ 2020 บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัด โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ และแนวทางการพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งความยั่งยืนยุทธศาสตร์ 2020 บริษัท ซีพีเอฟ (ประเทศไทย) จำกัดโดยมีการดำเนินวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนารูปแบบการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน 2020 ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความคล่องตัวขององค์กร (0.00*) ความสามารถหลักขององค์กร (0.00*) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (0.00*) อย่างมีนัยยะสำคัญ ตามลำดับ สำหรับแนวทางการพัฒนา การจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน 2020 ผู้บริหารให้แนวทางการพัฒนาว่า ความสามารถหลักขององค์กรควรมีการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ ในเรื่องความคล่องตัวขององค์กร โดยสรุป ผู้บริหารให้ความเห็นว่าทุกตัวแปรมีความสำคัญต่อองค์กรสู่ความยั่งยืน 2020 เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ AEC

ระเบียบวิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามมาทดสอบกับตัวแปรเชิงทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ได้ข้อค้นพบและประเด็นที่สำคัญ อันไปสู่การกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. **ขอบเขตด้านพื้นที่** การวิจัยในครั้งนี้ทำการสำรวจผู้ที่ปฏิบัติงานในศูนย์บริการรถยนต์ในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง ระดับปฏิบัติการ และหัวหน้าแผนกบริการ ของศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย

2. **ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง** และการสุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปฏิบัติระดับหัวหน้างานของศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax. (1996), Hair et al., (1998) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปร พหุนิยมใช้ คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คนต่อตัว

แปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร โดยกำหนดระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 470 คน แต่เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากรออกเป็นกลุ่มประชากรย่อยๆ โดยประชากรในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกันแล้วสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่ต้องการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 480 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลของผู้ปฏิบัติงานในศูนย์บริการรถยนต์ โดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งงาน อายุงาน แรนด์ (ยี่ห้อ) ของผู้ปฏิบัติงานในศูนย์บริการรถยนต์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Nawarat Wimutta.(2014) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราการประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อคำถามประกอบด้วย การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ ความเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้า ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Skills) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Kamonkan Theptaranonth.(2005) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราการประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อคำถามประกอบด้วย ทักษะด้านเทคนิค ทักษะในการบริหารธุรกิจ ทักษะส่วนตัวในการประกอบการ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Efficiency) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Phichaya Wattanarungsun.(2015) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราการประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อคำถามประกอบด้วย ความรู้และความเข้าใจในงานที่ทำ สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในที่ทำงาน ความมั่นคงก้าวหน้าในงาน ขวัญกำลังใจในการทำงาน

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Supparerk Pothipairatana (2010) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราการประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อคำถามประกอบด้วย การใช้แนวคิดที่มีลูกค้าเป็นจุดเริ่มต้น การปฏิรูปกรอบที่มีอยู่เดิม การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นแบบแพลตฟอร์มบริการที่มีลักษณะของการมีส่วนร่วมคือการคิดร่วม

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Suwit Inkhean (2016) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราการประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 8 ข้อคำถามประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม

4.การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด ด้วยเทคนิคหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่ามีความอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งผ่านตามเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ที่มากกว่า 0.5 (Vichit Uon, 2010)

การตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุดซึ่งผลการตรวจสอบพบว่าอยู่ที่ 0.97 จึงถือว่าแบบสอบถามเชื่อถือได้ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ที่มากกว่า 0.7 (Vichit Uon, 2010) ดังนั้นงานวิจัยนี้คุณภาพของเครื่องมือวิจัยผ่านตามเกณฑ์การตรวจสอบทั้งในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและมีความเชื่อมั่นซึ่งสามารถเชื่อถือได้อยู่ในระดับสูง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยการหาความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานและสถิติอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้วิจัยได้รับการยืนยันตอบกลับและเป็นแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้เป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 480 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 85.72 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.9) อายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 36.9) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 51.2) ตำแหน่งผู้จัดการศูนย์บริการ (ร้อยละ 48.3) อายุงาน 6 – 10 ปี (ร้อยละ 31.3) ปฏิบัติงานในศูนย์บริการรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า (ร้อยละ 23.5)

2.การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (QUA), ตัวแปรทักษะผู้ประกอบการ (OWR), ตัวแปรประสิทธิภาพการทำงาน (EFY), ตัวแปรนวัตกรรมบริการ (INN) และตัวแปรความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ (QUA) พบว่า ภาพรวมมี ($\bar{X}=4.071$, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับได้แก่ ศูนย์บริการมีจำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการ มีผลต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.81) รองลงมา เรื่องความสะอาดรถหลังการใช้บริการ ($\bar{X} = 4.04$, S.D.= 0.80)

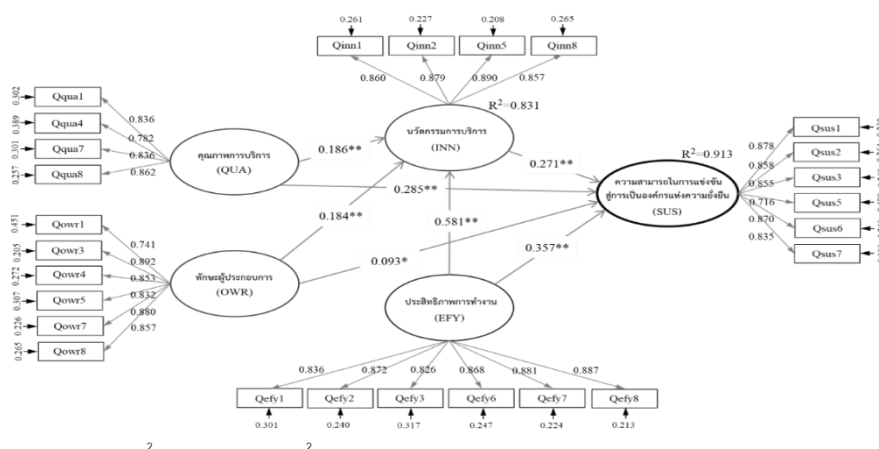
ปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะผู้ประกอบการ (OWR) พบว่า ภาพรวมมี ($\bar{X}=4.053$, S.D. = 0.682) อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับได้แก่ ผู้ประกอบการมีความสามารถทางด้านการตลาด มีผลต่อทักษะผู้ประกอบการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.74) รองลงมา เรื่องผู้ประกอบการมีความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมบริการ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.81)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) พบว่า ภาพรวม ($\bar{X} = 4.102$, S.D. = 0.689) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับได้แก่ องค์กรมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานมีทักษะการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$, S.D. 0.80) รองลงมา เรื่องการปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อลดระยะเวลา และขั้นตอนในการทำงาน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.78)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อนวัตกรรมบริการ (INN) พบว่า ภาพรวม ($\bar{X} = 4.049$, S.D. = 0.749) โดยเรียงลำดับ จากมากไปหาน้อยสองลำดับได้แก่ องค์กรมีการนำนวัตกรรมบริการมาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการมีผลต่อนวัตกรรมบริการมากที่สุด ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.85) รองลงมา เรื่องศูนย์บริการมีการนำเสนอการบริการใหม่โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.80)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) พบว่า ภาพรวม ($\bar{X} = 4.079$, S.D. = 0.682) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับได้แก่ องค์กรสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภายนอกต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่การเป็นองค์กรแห่งความยั่งยืนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.76) องค์กรมีการกำหนดนโยบายเพื่อรักษาและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมให้เห็นชัดเจน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = S.D. = 0.80)

3) การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของตัวแปรต่างๆ ที่ได้พัฒนาขึ้นภายในโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดังภาพที่ 1



$$\chi^2 = 247.36, df = 215, \chi^2/df = 1.151, P\text{-value} = 0.064, RMSEA = 0.018, GFI = 0.962, AGFI = 0.938$$

ภาพที่ 1 ภาพโมเดลสมการโครงสร้าง เรื่อง ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย

จากภาพที่ 1 พบว่า ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของงานวิจัย ซึ่ง ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) คุณภาพการบริการ (QUA) 2) ทักษะผู้ประกอบการ (OWR) และ 3) ประสิทธิภาพการทำงาน (EPF) ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) นวัตกรรมบริการ (INN) และ 2) ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) ผลการศึกษา พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์หลังปรับปรุง ได้แก่ $\chi^2 = 247.36, df = 215, \chi^2/df = 1.151, P\text{-value} = 0.064, RMSEA = 0.018, GFI = 0.962, AGFI = 0.938$ ซึ่งทุกค่าผ่านเกณฑ์ค่าดัชนีชี้วัดตามที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่า ผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้อง กลมกลืนกับข้อค้นพบที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ตัวแปรสาเหตุทั้งหมดในโมเดลสมการโครงสร้างของงานวิจัยเรื่องความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย สามารถอธิบายตัวแปรผลนวัตกรรมบริการ และความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนได้ร้อยละ

ละ 83.10 และ 91.30 ตามลำดับ โดยวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผล ดังนี้

นวัตกรรมบริการ (INN) ได้รับอิทธิพลทางตรง (DE) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.586** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.186** และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.184** ตามลำดับ สามารถส่งอิทธิพลทางอ้อม (IE) ผ่านนวัตกรรมบริการ (INN) ไปยังความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของอิทธิพลทางอ้อมอันประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.158** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.051* และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.050* ตามลำดับ และสามารถส่งอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของอิทธิพลทางตรง อันประกอบด้วย ประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) = 0.357** คุณภาพการบริการ (QUA) = 0.285** นวัตกรรมบริการ (INN) = 0.271** และทักษะผู้ประกอบการ (OWR) = 0.093* ตามลำดับ แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรสาเหตุและตัวแปรผล

ตัวแปรผล ตัวแปรสาเหตุ	INN			SUS		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
QUA	0.186** (0.068)	-	0.186** (0.068)	0.285** (0.059)	0.051* (0.021)	0.336** (0.062)
OWR	0.184** (0.056)	-	0.184** (0.056)	0.093* (0.045)	0.050* (0.020)	0.143** (0.048)
EFY	0.586** (0.068)	-	0.586** (0.068)	0.357** (0.065)	0.158** (0.038)	0.515** (0.058)
INN	-	-	-	0.271** (0.060)	-	0.271** (0.060)
ตัวแปรผล	INN			SUS		
R ²	0.831			0.913		

$$\chi^2 = 247.36, df = 215, \chi^2/df = 1.151, p\text{-value} = 0.064, RMSEA = 0.018, GFI = 0.962, AGFI = 0.938$$

หมายเหตุ: DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม, * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-values เท่ากับ 1.960 ถึงน้อยกว่า 2.576), ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (T-values เท่ากับหรือมากกว่า 2.576)

จากตารางที่ 1 แสดงความสอดคล้องระหว่างอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนสามารถอธิบายผลได้ดังนี้

คุณภาพการบริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน ส่งอิทธิพลทางตรงต่อ นวัตกรรมบริการ ผลจากการวิจัย พบว่า ส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.186**, 0.184**, 0.586** ตามลำดับ โดยมีผลของการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้

คุณภาพการบริการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ผลจากการวิจัย สามารถส่งอิทธิพลทางตรงในเชิง บวกต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.285**, 0.357**, 0.271** โดยมีผลของการทดสอบเป็นไปตาม สมมติฐานของ การวิจัยตามที่ได้กำหนดไว้

ทักษะผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความ ยั่งยืน ผลจากการวิจัย พบว่าทักษะผู้ประกอบการสามารถส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมี ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.093* ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางน้อยที่สุดของโมเดลสมการ โครงสร้างในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีผลของการทดสอบเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยตามที่ได้ กำหนดไว้ ดังแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน		ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	คุณภาพการบริการต่ออิทธิพล ทางตรงต่อนวัตกรรมบริการ	0.186**	ส อ ด ค ล้ อ ง กั บ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2	ทักษะผู้ประกอบการต่ออิทธิพล ทางตรงต่อนวัตกรรมบริการ	0.184**	ส อ ด ค ล้ อ ง กั บ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3	ประสิทธิภาพของการทำงานต่อ อิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม บริการ	0.586**	ส อ ด ค ล้ อ ง กั บ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4	คุณภาพการบริการต่ออิทธิพล ทางตรงต่อความสามารถในการ แข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน	0.285**	ส อ ด ค ล้ อ ง กั บ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5	ทักษะผู้ประกอบการต่ออิทธิพล ทางตรงต่อความสามารถในการ แข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน	0.093*	ส อ ด ค ล้ อ ง กั บ สมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 6 ประสิทธิภาพการทำงานต่ออิทธิพล ทางตรงต่อความสามารถในการ แข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ความ	0.357**	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 7 นวัตกรรมบริการต่ออิทธิพล ทางตรงต่อความสามารถในการ แข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน	0.271**	สอดคล้องกับ สมมติฐาน

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการ ศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน โดยมีปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ทักษะผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพการทำงาน นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.ด้านปัจจัยคุณภาพการบริการ (QUA) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องศูนย์บริการมีจำนวนพนักงานเพียงพอในการบริการมากที่สุด รองลงมาเรื่องความสะดวกหลังการใช้บริการ เรื่องความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์ในการซ่อมบำรุงและเรื่องความเป็นกันเองกับลูกค้า ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nawarat Wimutta (2014) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของศูนย์บริการ บริษัทโตโยต้าปทุมธานี ที่ระบุว่า ลูกค้าที่ใช้บริการบริษัทโตโยต้าปทุมธานี มีการประเมินต่อคุณภาพบริการ ในภาพรวม อยู่ในระดับสูงสุด และเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่า ด้านการเข้าถึงบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับสูงสุด รองลงมา ด้านความไว้วางใจ และด้านความกระตือรือร้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

2.ด้านปัจจัยทักษะผู้ประกอบการ (OWR) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อทักษะผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องผู้ประกอบการมีความสามารถทางด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมา เรื่องผู้ประกอบการมีความเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมบริการ เรื่องผู้ประกอบการกล้าเผชิญความเสี่ยงในการทำธุรกิจ เรื่องผู้ประกอบการมีทักษะการตัดสินใจควบคุม เรื่องผู้ประกอบการมีความได้เปรียบในการแข่งขันในทางธุรกิจ และเรื่องผู้ประกอบการประกอบกิจการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Sorasak Kwoalueng (2015) ได้ทำการศึกษา

เรื่องปัจจัยความคล่องตัวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจก่อสร้าง ที่ว่า การเน้นต้นทุน การเน้นความแตกต่าง การเน้นเฉพาะกลุ่ม การเน้นตราสินค้า และการเน้นให้ความสำคัญตำแหน่งทางธุรกิจ

3.ด้านปัจจัยประสิทธิภาพการทำงาน (EFY) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่ององค์การมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานมีทักษะการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมา เรื่องการปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อลดระยะเวลา และขั้นตอนในการทำงาน เรื่องสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการทำงาน เรื่องพนักงานมีความภาคภูมิใจในงานที่ทำ เรื่องพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ และเรื่องพนักงานมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานและผู้มาติดต่อ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ มลथा พัทธ์ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน สังกัด สำนักงานมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อบริษัทที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านความรู้และเข้าใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

4.ด้านปัจจัยนวัตกรรมบริการ (INN) ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อนวัตกรรมบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่ององค์การมีการนำนวัตกรรมบริการมาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการมากที่สุด รองลงมา เรื่องศูนย์บริการมีการนำเสนอการบริการใหม่โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้า เรื่องการสร้างสรรคงานบริการใหม่โดยเชื่อมโยงกับงานอื่น องค์การมีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Weng et al (2012) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมบริการ เป็นการนำนวัตกรรมมาพัฒนา และปรับปรุงรูปแบบ และขั้นตอนการให้บริการเพื่อบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยเน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ส่วนประโยชน์ของนวัตกรรมบริการในเชิงธุรกิจ คือ ช่วยสร้างความแตกต่างในการบริการ เพื่อนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสอดคล้องกับ

5. ด้านปัจจัยความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน (SUS) (ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่ององค์การสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภายนอกต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาเรื่ององค์การมีการกำหนดนโยบายเพื่อรักษาและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมให้เห็นชัดเจน เรื่ององค์การมีฝ่ายงานด้าน CSR หรือการพัฒนาความยั่งยืนในโครงสร้างองค์กร เรื่องการรักษาชื่อเสียงขององค์กรมาจาก คุณภาพการบริการ คำนึงสัญญาการแก้ปัญหาให้ลูกค้าและมีจริยธรรมตรงไปตรงมาขององค์กร เรื่ององค์การมีการวัดประสิทธิภาพได้โดย

การวัดปริมาณสิ่งนำเข้า และ เรื่องสภาวะทางเศรษฐกิจมีผลต่อความยั่งยืนขององค์กร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Sorasak Kwoalueng (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยความคล่องตัวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจก่อสร้าง การเน้นต้นทุน การเน้นความแตกต่าง การเน้นเฉพาะกลุ่ม การเน้นตราสินค้า และการเน้นให้ความสำคัญตำแหน่งทางธุรกิจ ด้านความสามารถขององค์กร ความสามารถในการด้านเทคโนโลยี วัฒนธรรม และการจัดการความรู้ ด้านการให้ความสำคัญของตลาด ด้านสภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งแวดล้อม และด้านแรงงาน ความคล่องตัว ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าการสร้างองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานคือ สิ่งที่สำคัญที่สุด จะทำให้งานบริการมีคุณภาพ และส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมบริการ และตัวผู้ประกอบการก็ต้องทำหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุน ทั้งการลงทุน การเป็นผู้นำด้านการนำนวัตกรรมมาใช้ การรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดปรัชญา 3 ประโยชน์ สู่ความยั่งยืน (ประเทศชาติ ประชาชน และบริษัท) ซึ่งผลจากการศึกษานั้นผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืนของผู้ประกอบการศูนย์บริการรถยนต์ในประเทศไทย

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย
ด้านคุณภาพการบริการ	ควรจะมีศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่อง ความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน การสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า การมีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ดี และความชำนาญงานในการให้บริการ
ด้านทักษะผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นในเรื่องทักษะของผู้ประกอบการ โดยควรจะมีศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่อง การมีทักษะด้านการวางแผน และการกำหนดเป้าหมาย การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ความสามารถทางด้านการตลาด ความอดทน พยายาม มุ่งมั่น ให้องค์กรประสบผลสำเร็จของผู้ประกอบการ
ด้านประสิทธิภาพการทำงาน	ควรจะมีศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่อง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานในตำแหน่งที่สูงขึ้น และความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานต่อลูกค้า

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย
ด้านนวัตกรรมบริการ	ควรมีศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่อง การฝึกอบรมทักษะให้พนักงานอย่างต่อเนื่องการให้ความสำคัญในการเลือกใช้เทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีมาใช้กับวิธีการบริการที่มีอยู่เดิมให้สะดวกมากขึ้น และใช้ได้อย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการให้บริการ
ความสามารถในการแข่งขันสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน	ควรมีศึกษาเพิ่มเติม ในเรื่อง องค์กรสามารถกำหนดลักษณะเฉพาะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ และการผลักดันของผู้บริหารให้เกิดนวัตกรรมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในองค์กร

References

- Charles W.L. Hill, G., Jones, R. (2009). *Strategic management an integrated approach*. New York: Dreamtech Press.
- Davol, N.B., Mayor, M.G., & Luisa, M. & Hera, B.D. (2011). “Empirical analysis of technological innovation capacity and competitiveness in EU-15 countries”. *African Journal of Business Management*, 5 (14): 5753-5765
- Department of Business Development. (2019). *Automotive Maintenance Business: Business Analysis, Business Data Processing and Analysis Division, Business Information Division, Nonthaburi Province, June 2019*. [Online]
https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statisc/2562/T26/T26_201906.pdf
- Department of Land Transport, Bureau of Transportation Systems. (2019). *Land transport statistics*. [Online] <http://apps.dlt.go.th/statsitics.html>.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., Black, W. (1998). *Multivariate data analysis*. 5th ed. New Jersey: Prentice Hall,
- Hunt, B. & Virasa, T. (2009). “Generation Y: An emerging entrepreneurial phenomenon”. *Paper presented at the meeting of the 6th Annual AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*. Stuttgart, Germany.

- Kamonkan Theptaranonth. (2005). *The relationship among Leadership, Intrinsic Motivation, Characteristics of Entrepreneurs and Business Success of Small and Medium Enterprises*. Bangkok: Kasetsart University.
- Miller, D. (1983). "The correlates of entrepreneurship in three types of firms". *Management Science*, 29(7): 770-791.
- National Innovation Agency. (2015). *THE ELECTRIC PLAYGROUND*. [Online]
<http://www.nia.or.th/spring/index.php?page=faq>. [25 August 2015]
- Nawarat Wimutta (2014). *Service quality of the Toyota Service Center, Pathum Thani*. Master of Business Administration Thesis: Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage of His Majesty the King
- Panithan Leenakitti. (2015). *THE DEVELOPMENT GUIDELINES FOR SUSTAINABLE ORGANIZATION ACCORDING TO 2020 STRATEGY OF CPF (THAILAND) CO., LTD.* Master of Business Administration Program (Global Business Management): Burapha University.
- Parasuraman A., Zeithaml V., & Berry, L. (1990). *Delivering quality service: balancing Customer perceptions*. New York: The Free Press.
- Parasuraman, A., Grewal, D. (2000). "The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1): 168-174.
- Phichaya Wattanarungsun. (2015). *Increasing performance efficiency of employees in 4-star hotels in Siam Square*. Master of Independent Research (Hospitality and Tourism Industry Management): Bangkok University.
- Schumacker, E.R., & Lomax, G.R. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Sorasak Kwoalueng. (2015). *Factors Agility on the Competitive Advantage in Construction Firm*. Business Administration and Economics Review, 12 (1), 162-181.
- Supparerk Pothipairatana. (2010). *Corporate image indicators*. Doctor of Communication Arts thesis (Communication Arts): Chulalongkorn University.

- Suwit Inkhean. (2016). *Strategies related to business success of machinery firms in Samut Prakan province*. Master of Business Administration (Business Engineering Management): Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Van Marrewijk, M., & Hardjono, T.W. (2003). "European corporate sustainability framework for managing complexity and corporate transformation". *Journal of Business Ethics*, 44 (2-3): 121-132.
- Vichit Uon. (2010). *Research and business information discovery*. Bangkok: Sripatum University Press.
- Walailak Rattanawong, Nuttida Suwanno and Teerasak Jindabot . (2014). "Innovation in service and its measurement in Thailand's tourism business: Small and medium enterprises". *Journal of Management Sciences*, 31 (1), 119-146.
- Weng, M.H., Ha, J.L., Wang, Y.C. & Tsai, C.L. (2012). "A Study of the relationship among Service innovation customer value and customer satisfaction: an industry in Taiwan". *International Journal of Organizational Innovation*, 4(3): 98-112.
- Zale, N. (1985). *Creating a culture of competence*. New York: John Wiley and Son.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, & Berry, L.L. (1990). *Delivering quality Service: Balancing customer perceptions*. New York: The Free Press.

