

## รูปแบบการพัฒนาระบบธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

### Vehicle Tracking System Business Organization Development Model for Enhancing the Competitiveness

ชาญ ลายลักษณ์<sup>1\*</sup> ธีทัต ตริศิริโชติ<sup>1</sup>

Chan Lailak<sup>1\*</sup>, Teetut Tresirichod<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Graduate School of Commerce Burapha University, Thailand

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาระบบธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคเดลฟายประยุกต์กับผู้เชี่ยวชาญ 17 คน ซึ่งรอบที่ 1 ใช้แนวทางการสอบถามเพื่อสังเคราะห์ประเด็นที่เป็นไปได้ และจัดทำเป็นแบบสอบถาม รอบที่ 2 ให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เหมาะสม และความเป็นไปได้ที่จะนำไปใช้จริง และรอบที่ 3 ให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันความคิดเห็น เพื่อหาฉันทามติ ด้วยสถิติค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ และสัมประสิทธิ์การกระจาย เพื่อนำไปสู่การสรุปเกณฑ์ และการทดลองใช้รูปแบบกับบริษัทจริงโดยกระบวนการประชุมปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมและสร้างสรรค์ AIC เพื่อประเมินรูปแบบขององค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน และ 30 ตัวบ่งชี้เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย มาตรฐานความเป็นไปได้ มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ มาตรฐานด้านความเหมาะสม และมาตรฐานด้านความถูกต้องครอบคลุม

**คำสำคัญ:** การพัฒนาระบบธุรกิจ, ระบบติดตามยานพาหนะ, ขีดความสามารถการแข่งขัน

*\*Corresponding author. E-mail: chan@dgc.co.th*

#### ABSTRACT

This research aims to create a business organization development model of vehicle tracking system to increase competitiveness. Qualitative research with Delphi techniques from 17 experts was used. The first round was conducted to ask for synthesizing the possible issues, then a questionnaire was created. The second round was conducted to allow the experts to provide feedback on appropriate issues and on the possibility to use in a real setting. The third round was run for the expert to confirm their provided feedback and to find a consensus by using Median, Inter-quartile rang, and coefficient of dispersion. These statistics led to a summary of the criteria and to

implement it with companies via participatory action and AIC creation process for evaluating the pattern of six elements and 30 indicators. The given elements and indicators were used to compare Mean, Feasibility standards, Standard of usefulness, Standard of Suitability, and Comprehensive accuracy standards.

**Keyword:** Organization development, Vehicle Tracking System Business, Competitiveness

## ความนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกรวมถึงการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ทำให้ทุกองค์กรต้องเผชิญทั้งสถานการณ์แข่งขันและความเสี่ยงที่สูงขึ้นและการแสวงหาโอกาสที่ดีมากขึ้น ซึ่งเป็นผลพวงมาจากกระแสของโลกาภิวัตน์ (Globalization) (ธารณี อภัยโรจน์, 2554) การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจัดได้ว่ามีการแข่งขันที่รุนแรง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางระบบการค้าเข้าสู่ความเป็นเสรี และตลาดทั่วโลกเปิดกว้างถึงกันแบบไร้พรมแดน และสังคมมีลักษณะไร้ขอบเขต (Borderless) จากสาเหตุของการเข้าสู่ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ (Globalization) มากยิ่งขึ้นนั้นเกิดจาก “นวัตกรรม” รวมถึงการเป็น “องค์กรแห่งนวัตกรรม” ด้วยการนำทักษะความรู้ และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงทางระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจดังกล่าว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับองค์กรผลิตภัณฑ์ รวมถึงทางด้านการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการผลิต ช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิต เพื่อยกระดับศักยภาพและสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในตลาดระดับประเทศและระดับโลก (ศศิประภา ชัยประสิทธิ์, 2553)

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทยให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาประเทศในทุกยุคทุกสมัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และ Thailand 4.0 ก็เป็นนโยบายที่ต้องการเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาที่ผ่านมาจากการเป็น Thailand 1.0 2.0 และ 3.0 Thailand 1.0 คือ ยุคของเกษตรกรรม คนไทยปลูกพืชผักทางการเกษตร เลี้ยงสัตว์ เพื่อนำผลผลิตไปขายสร้างรายได้ และการยังชีพ ยุค Thailand 2.0 คือ ยุคอุตสาหกรรมเบา เป็นยุคที่มีการนำเครื่องมือเข้ามาช่วยในการผลิต เช่น การผลิตเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า เครื่องดื่ม เครื่องเขียน เครื่องประดับ เป็นต้น ประเทศเริ่มมีศักยภาพมากขึ้น และในปัจจุบันเป็นยุค Thailand 3.0 เป็นยุคอุตสาหกรรมหนัก ใช้เครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศในการผลิตเหล็กกล้า รถยนต์ ก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น เพื่อเน้นการส่งออก ส่วนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ในระยะ 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2579 ประเทศไทยจะเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ซึ่งปรับเปลี่ยนจากภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐหรือภาคเอกชน ต้องปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยเฉพาะธุรกิจทางด้านเทคโนโลยี “Thailand 4.0” จึงเป็นการพัฒนาเครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) ด้วยการแปลง “ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ” (Comparative Advantage) ของประเทศไทยที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ “ความหลากหลายเชิงชีวภาพ” (Biodiversity)

และ “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Diversity) ให้เป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” (Competitive Advantage) โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเป็น 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture and Bio-Tech) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness and Bio-Med) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และเทคโนโลยีเมคาทรอนิกส์ (Smart Devices, Robotics and Mechatronics) กลุ่มดิจิทัล Internet of Things ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, Internet of Things, Artificial Intelligence and Embedded Technology) กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture and High Value Services) (กองบริหารงานและประกันคุณภาพการศึกษา, 2560)

กรมการขนส่งทางบกเป็นหน่วยงานภาครัฐที่เล็งเห็นความสำคัญของระบบขนส่งที่ปลอดภัย จึงได้ประกาศเรื่องกำหนดคุณลักษณะและระบบการทำงานของเครื่องบันทึกข้อมูลการเดินทางของรถสำหรับรถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารมาตรฐาน 4 (รถสองชั้น) พ.ศ.2558 การดำเนินการตามประกาศทำให้ธุรกิจติดตั้งระบบ GPS มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ตัวเลขของกรมการขนส่งทางบก ณ เดือนธันวาคม 2559 เปิดเผยว่า ปัจจุบันไทยมีรถบรรทุกประมาณ 1,050,000 คัน มีรถบรรทุกขนาดใหญ่ที่ติดตั้งจีพีเอสแล้วประมาณ 1.3 แสนคัน โดยในจำนวนนี้เป็นรถบรรทุกขนาดใหญ่ ‘ฮีโน่’ ที่ใช้จีพีเอสอีกครึ่งถึง 4,000 คัน (พุทธิ ผาสุษ, 2560) เป็นสัญญาที่บริษัทต่างชาติที่เป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีระบบ GPS จะเข้าแข่งขันในตลาด GPS

สภาพะการเติบโตดังกล่าวส่งผลให้เกิดสภาพการแข่งขันทางการตลาดสูง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรธุรกิจ GPS ด้วยการหาวิธีทำให้คุณภาพสินค้าดีที่สุด การจัดหาบริการให้กับผู้บริโภค โดยที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีแหล่งทำเลที่เหมาะสมกว่า หรืออื่น ๆ ที่ทำได้เหนือกว่าคู่แข่ง ต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Low-cost Leadership Strategy) กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation strategy) และกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Focus or Niche Strategy) (Porter, 1985) และความสามารถที่เกิดจากการได้ทรัพยากรที่มีค่ามีความเป็นพิเศษสูง เช่น ความสามารถด้าน นวัตกรรมประสิทธิภาพสูง มีความเป็นพิเศษเฉพาะตัวต่างจากคนอื่น ไม่สามารถเลียนแบบได้ Maijoor and Witteloostuijn (1996) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) เป็นการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้อย่างคล่องตัว ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหารจัดการ การมุ่งตอบสนองที่รวดเร็วเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ในองค์กรสมัยใหม่เนื่องจาก เป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนมีความต้องการและพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงพบว่าองค์กรที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันได้มากกว่า (อนิวัช แก้วจำนง, 2555, หน้า 116) การพัฒนางค์กร (Organizational Development: OD) เพื่อรองรับการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นการพัฒนางค์กรเป็นความต้องการที่จะให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปใน ทิศทางที่ก้าวหน้าขึ้นในอนาคต โดยใช้ความรู้และเทคนิคทางพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์เป็นหลัก และทิศทางที่ ก้าวหน้าขององค์กรในอนาคตนั้นจะเป็นระบบที่องค์กรได้จัดรูปแบบให้เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาบุคคล และสร้าง กลุ่มที่ทำงานที่มีประสิทธิภาพให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพให้กับองค์กร กลยุทธ์เพื่อการพัฒนาองค์กรนั้นควรมีการ บริหารจัดการที่ดีและมีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนวิธีการที่องค์กรใช้รับมือกับความเปลี่ยนแปลง ด้วยการใช้อย่าง

กระบวนการ เช่นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน การสื่อสาร การมีส่วนร่วม การวางแผน และการจัดการกับความขัดแย้ง การพัฒนองค์กรจะมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรขององค์กร โดยเชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีความสามารถและต้องการจะมีสภาพชีวิตที่ดี (จิลาวรรณ รพีพิศาล, 2554) และความเป็นเลิศขององค์กรก็มีส่วนที่ช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันจากการศึกษาเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อผลการดำเนินการที่เป็นเลิศ: มุมมองเชิงระบบ ปี พ.ศ. 2559-60 พิจารณาความสำเร็จขององค์กร 7 ด้านได้แก่ ด้านการนำองค์กร ด้านกลยุทธ์ ด้านลูกค้า ด้านการวัดและวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ ด้านการปฏิบัติการ และด้านผลลัพธ์ การใช้เกณฑ์จะช่วยให้องค์กรต่างๆ ในประเทศมุ่งพัฒนาเพื่อประโยชน์ของลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สังคมประเทศชาติและองค์กร หากไม่มีการพัฒนองค์กร ให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพให้เทียบเท่าหรือเหนือคู่แข่งแล้ว ก็ย่อมจะส่งผลให้บริษัทเสียเปรียบต่อคู่แข่ง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อความสามารถในการแข่งขัน ใช้เป็นแนวทางให้กับผู้บริหารองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานในองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

### **วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

### **กรอบแนวทางการวิจัย**

การวิจัยรูปแบบการพัฒนองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน Five Force Model of Competition (Porter, 2008) องค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ แนวคิดฐานข้อมูลสารสนเทศขององค์กร (Information-Based View) (Ghasemkhani, Soule & Westerman, 2014) ทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based View of the Firm, RBV) (Barney, 1991; Majoor & Witteloostuijn, 1996) 1. ทรัพยากร (Resources) 1.1) ทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยี 1.2) ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible) ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และชื่อเสียงขององค์กร 2. ความสามารถ (Capabilities) ได้แก่ 2.1) การจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลง แนวคิดของ Willian Bridges (2009) 2.2) การจัดการทางด้านเครือข่ายทางการค้า แนวคิดของ Yu, Gilbert, and Oviatt (2011) 2.3) ความรู้ในการทำงาน แนวคิดของ (Drucker, 1999) 2.4) การสร้างความแตกต่างทางการตลาดแนวคิดของ Kotler, Wong, Saunders, and Armstrong (2005) 2.5) ต้นทุน (Cost) แนวคิดของ Nuthall (2006) และ 2.6) การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า แนวคิดของ Krasnikov, Jayachandran and Kumar (2009) เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยรูปแบบการพัฒนางองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ซึ่งแบ่งขั้นตอนการวิจัยแบ่งออก 2 ขั้นตอน ดังนี้

**1. การสร้างรูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ**  
มีการดำเนินการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนย่อยๆ ดังต่อไปนี้

1.1 การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการพัฒนางองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อนำไปใช้ในการสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัทชั้นนำธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ

1.2 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบที่เป็นไปได้ในการพัฒนางองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์หรือการทำงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ จำนวน 17 คน เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

- 1) กลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะชั้นนำในประเทศไทย 5 บริษัท ได้แก่ ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 ท่าน
- 2) กลุ่มข้าราชการ ระดับบริหาร ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายระบบ GPS จำนวน 5 ท่าน
- 3) กลุ่มผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริหารองค์กรกลุ่มธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ จำนวน 4 ท่าน
- 4) กลุ่มอาจารย์หรือนักวิชาการด้านการพัฒนาศูนย์ จำนวน 3 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ในประเด็นเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันและการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก ทำการนัดหมายเวลาและแจ้งวัตถุประสงค์ให้ทราบและสัมภาษณ์ตามแนวคำถามที่สร้างขึ้น ใช้เวลาการสัมภาษณ์ประมาณ 1 - 1.30 ชั่วโมง จากนั้นถอดเทปบทสัมภาษณ์และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา นำข้อสรุปที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามและให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน พิจารณาค่าความสอดคล้องและความตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความเหมาะสมตรงตามเนื้อหา

1.3 การตรวจสอบความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติและความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ เป็นการนำแบบสอบถามที่ได้จากขั้นตอนที่ 1.2 มาหาฉันทมติของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดิมในขั้นตอนที่ 1.2 เกี่ยวกับความเป็นไปได้ขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่เป็นไปได้สำหรับการสร้างรูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โดยแบบสอบถามเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ นั้น ๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ นั้น ๆ
- 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ นั้น ๆ
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ นั้น ๆ
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ นั้น ๆ

โดยกำหนดเกณฑ์ของผลการวิเคราะห์ฉันทมติของผู้เชี่ยวชาญต่อองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของรูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจและตัวบ่งชี้ที่เป็นไปได้ ประกอบด้วย 1) ค่ามัธยฐานไม่น้อยกว่า 3.50 2) ค่าพิสัยระหว่างควอร์ไทล์ไม่เกิน 1.50 และ 3) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ไม่เกิน 1.00

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดทำร่างรูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปพัฒนาศูนย์ชั้นนำทางด้านธุรกิจติดตามยานพาหนะ

**2. การนำรูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน มาประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน** มีการดำเนินการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนย่อยๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 นำร่างรูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

ไปพัฒนางองค์กรชั้นนำทางด้านธุรกิจติดตามยานพาหนะไปใช้ในบริษัทธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะแห่งหนึ่ง โดยการใช้กระบวนการประชุมเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมและสร้างสรรค์ Appreciation-Influence-Control (AIC) 6 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ชั้น A-1 การทำความเข้าใจสถานการณ์สภาพที่แท้จริง (Reality) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มงานของตนเอง

2) ชั้น A-2 การกำหนดวิสัยทัศน์และสภาพการณ์ที่คาดหวังในอนาคต (Ideal Vision หรือ Scenario) เป็นการวิเคราะห์ความเป็นมาและความคาดหวัง เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ของกลุ่มงาน

3) ชั้น I-1 การค้นหาทริคิ (Solution Design) เป็นขั้นตอนที่ใช้สมาชิกในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น การบอกเล่าประสบการณ์อย่างมีเหตุผล

4) ชั้น I-2 การจัดความสำคัญจำแนกกิจกรรม (Priority) เป็นการเลือกว่ากิจกรรมใดสำคัญ และเป็นไปได้ขององค์กร หรือหน่วยงานใดที่น่าจะทำได้แยกออกเป็น กิจกรรมที่จะทำได้เอง กิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันคนอื่น และกิจกรรมที่ต้องให้คนอื่นทำให้ และนำเสนอต่อที่ประชุมรวม

5) ชั้น C-1 การกำหนดผู้รับผิดชอบ (Responsibility) ให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนเลือกหาหัวข้อทริคิ กิจกรรมที่ได้จาก I-2 ตามบทบาท หน้าที่ความสามารถที่จะทำได้เอง หรือร่วมทำกับใคร หรือต้องขอให้ใครทำให้ พร้อมทั้งกำหนดผู้รับผิดชอบกิจกรรมและนำไปรวมให้เป็นชุดเดียวเพื่อนำเสนอที่ประชุมรวม ให้อภิปราย เรียนรู้ งานกันซึ่งและกัน

6) ชั้น C-2 การจัดทำแผน/ กิจกรรม/ โครงการ (Action Plan) เป็นขั้นตอนที่ต้องร่วมกันเขียน แผนงาน/ โครงการตามระดับงานที่รับผิดชอบ ตามรูปแบบมาตรฐาน

2.2 การประเมินเพื่อยืนยันรูปแบบการพัฒนางองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ประกอบด้วยมาตรฐาน 4 ด้าน (สุวิมล ว่องวานิช, 2549, หน้า 54 - 56) ดังนี้

1) มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility Standards) เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริง

2) มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ (Utility Standards) เป็นการประเมินการสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้รูปแบบ

3) มาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety Standards) เป็นการประเมินความเหมาะสมทั้งในด้านกฎหมายและศีลธรรมจรรยา

4) มาตรฐานด้านความถูกต้องครอบคลุม (Accuracy Standards) เป็นการประเมินความน่าเชื่อถือ และได้สาระครอบคลุมครบถ้วนตามความต้องการอย่างแท้จริง

การดำเนินการวิจัยทั้ง 2 ขั้นตอนย่อยใช้กลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรของบริษัท จำนวน 14 คน ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่าย โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งดังกล่าวอย่างน้อย 5 ปี

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบเพื่อการยืนยันรูปแบบการพัฒนางองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ประกอบด้วยมาตรฐาน 4 ด้าน คือ มาตรฐานความเป็นไปได้ (Feasibility Standards) มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ (Utility Standards) มาตรฐานด้านความเหมาะสม

(Propriety Standards) และมาตรฐานด้านความถูกต้องครอบคลุม (Accuracy Standards) เป็นแบบมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (มากที่สุดถึงน้อยที่สุด)

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ตามช่วงพิสัยของค่าเฉลี่ยในช่วงคะแนนต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554, หน้า 121)

- คะแนนเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง รูปแบบมีมาตรฐานมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง รูปแบบมีมาตรฐานมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง รูปแบบมีมาตรฐานปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง รูปแบบมีมาตรฐานน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง รูปแบบมีมาตรฐานน้อยที่สุด

### ผลการวิจัย

#### 1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบและผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนางานองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

จากผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มประเด็นองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบที่เป็นไปได้ในการพัฒนางานองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และนำแบบสอบถามร่างองค์ประกอบและตัวบ่งชี้แต่ละองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนางานองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาในรอบที่ 2 และ 3 พบว่า รายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ความเป็นไปได้อันจะนำไปใช้ของรูปแบบการพัฒนางานองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน จำแนกตามองค์ประกอบและตัวบ่งชี้แต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	ความเป็นไปได้อันจะนำไปใช้จริง		
	Md (≥3.50)	IQR (≤1.50)	CV
<b>องค์ประกอบที่ 1</b> การจัดโครงสร้างองค์การ	5	1	0.14
1.1 การจัดโครงสร้างองค์การตามสายงานหลัก	5	1	0.14
1.2 การจัดโครงสร้างองค์การจัดตามสายงานหลักและสายงานสนับสนุน	4	1	0.14
1.3 การจัดโครงสร้างองค์การจัดตามหน้าที่	5	1	0.18
1.4 การจัดโครงสร้างองค์การจัดแบบเมตริกซ์	4	1	0.18
1.5 การจัดโครงสร้างองค์การตามโครงการ	5	1	0.24



ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	ความเป็นไปได้ที่จะนำไปใช้จริง		
	Md (≥3.50)	IQR (≤1.50)	CV
<b>องค์ประกอบที่ 2 การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์</b>	5	0	0.09
2.1 การสรรหาบุคลากรที่ตรงตำแหน่งแบบมืออาชีพ	5	0	0.12
2.2 การอบรม ศึกษาน้องการอื่น ทั้งในและต่างประเทศ	5	1	0.20
2.3 การพัฒนาทักษะที่มีความเฉพาะทาง เน้นเสริมจุดเด่นของพนักงานจากกระบวนการเรียนรู้	5	1	0.14
2.4 เน้นการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวบุคคล	5	0	0.20
2.5 กำหนดนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ชัดเจน	5	1	0.16
<b>องค์ประกอบที่ 3 การพัฒนาผู้นำและทีมงาน</b>	5	0	0.07
3.1 การสร้างพันธมิตรทางการค้า (Partner Ship)	5	0	0.12
3.2 การใช้เทคโนโลยีช่วยในการทำงาน	5	1	0.10
3.3 การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้	5	0	0.15
3.4 การเรียนรู้ทักษะในการสอนงาน	5	0	0.12
3.5 ทักษะในการพัฒนาทีม	5	0	0.11
3.6 การพัฒนาผู้นำพร้อมกับการพัฒนาทีม	5	1	0.13
3.7 การมีส่วนร่วมในการทำงานของทีม	5	0	0.07
<b>องค์ประกอบที่ 4 การบริหารเทคโนโลยีและเครือข่าย</b>	5	1	0.08
4.1 ด้านความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ	5	0	0.15
4.2 ด้านความปลอดภัยของข้อมูล	5	0	0.12
4.3 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล(Big Data) ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจขององค์กรและลูกค้า	5	0	0.12
4.4 ระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	5	0	0.07
4.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการข้อมูลของลูกค้า	5	0	0.12
4.6 การบริหารการสำรองข้อมูล (Black Up Data)	5	1	0.11
4.7 การบริหารการใช้ประโยชน์ของผลการวิเคราะห์ข้อมูล	5	1	0.11
<b>องค์ประกอบที่ 5 การบริหารเชิงกลยุทธ์</b>	5	0	0.12
5.1 ด้านการให้บริการ (Service)	5	0	0.12
5.2 ด้านสินค้า (Product)	5	0	0.12
5.3 ด้านคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity)	5	1	0.16
5.4 ด้านการขาย	5	4	0.14
5.5 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ	5	0	0.12

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	ความเป็นไปได้ที่จะนำไปใช้จริง		
	Md (≥3.50)	IQR (≤1.50)	CV
<b>องค์ประกอบที่ 6</b> นวัตกรรมในการให้บริการ	5	0	0.08
6.1 การมีช่องทางในการให้บริการหลังการขาย เช่น Call Center, งานบำรุงรักษา เชิงป้องกัน (Preventive Maintenance)	5	0	0.08
6.2 การตอบสนองการให้บริการอย่างรวดเร็ว	5	0	0.11
6.3 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเป็นความร่วมมือในการให้บริการที่ หลากหลาย	5	1	0.13
6.4 การมีจริยธรรมในการให้บริการ	5	0	0.11
6.5 การประยุกต์ใช้ข้อมูล (Big Data) ในการให้บริการ	5	1	0.14
6.6 การใช้ระบบติดตาม GPS Tracking รวมถึงพัฒนาด้าน IOT Solutionsในด้าน อื่น ๆ เช่น ตู้บัตรเติมเงิน, ระบบบริหารจัดการกิจกรรมและกระบวนการทาง ธุรกิจ Business Activity Management System (BAMS) และระบบมาตร วัดสรรพสามิต เป็นต้น	5	1	0.16

สรุปได้ว่าองค์ประกอบธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ 6 องค์ประกอบคือ การจัดโครงสร้างองค์กร 5 ตัวบ่งชี้ การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 5 ตัวบ่งชี้ การพัฒนาผู้นำและทีมงาน 7 ตัวบ่งชี้ การบริหารเทคโนโลยีและเครือข่าย 7 ตัวบ่งชี้ การบริหารเชิงกลยุทธ์ 5 ตัวบ่งชี้ และ นวัตกรรมในการให้บริการ 6 ตัวบ่งชี้ รวมทั้งสิ้น 35 ตัวบ่งชี้

2. ผลการนำรูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันมาประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน

ตารางที่ 2 คะแนนเฉลี่ยของมาตรฐานแต่ละด้าน

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	มาตรฐานด้าน			
	ความเป็นไปได้	ความประนีประนอม	ความเหมาะสม	ความถูกต้องครบคลุม
<b>องค์ประกอบที่ 1</b> การจัดโครงสร้างองค์กร	4.11	4.12	4.08	4.02
1.1 การจัดโครงสร้างองค์กรตามสายงานหลัก	4.23	3.92	4.08	3.85
1.2 การจัดโครงสร้างองค์กรจัดตามสายงานหลักและสายงาน สนับสนุน	4.38	4.23	4.00	4.46

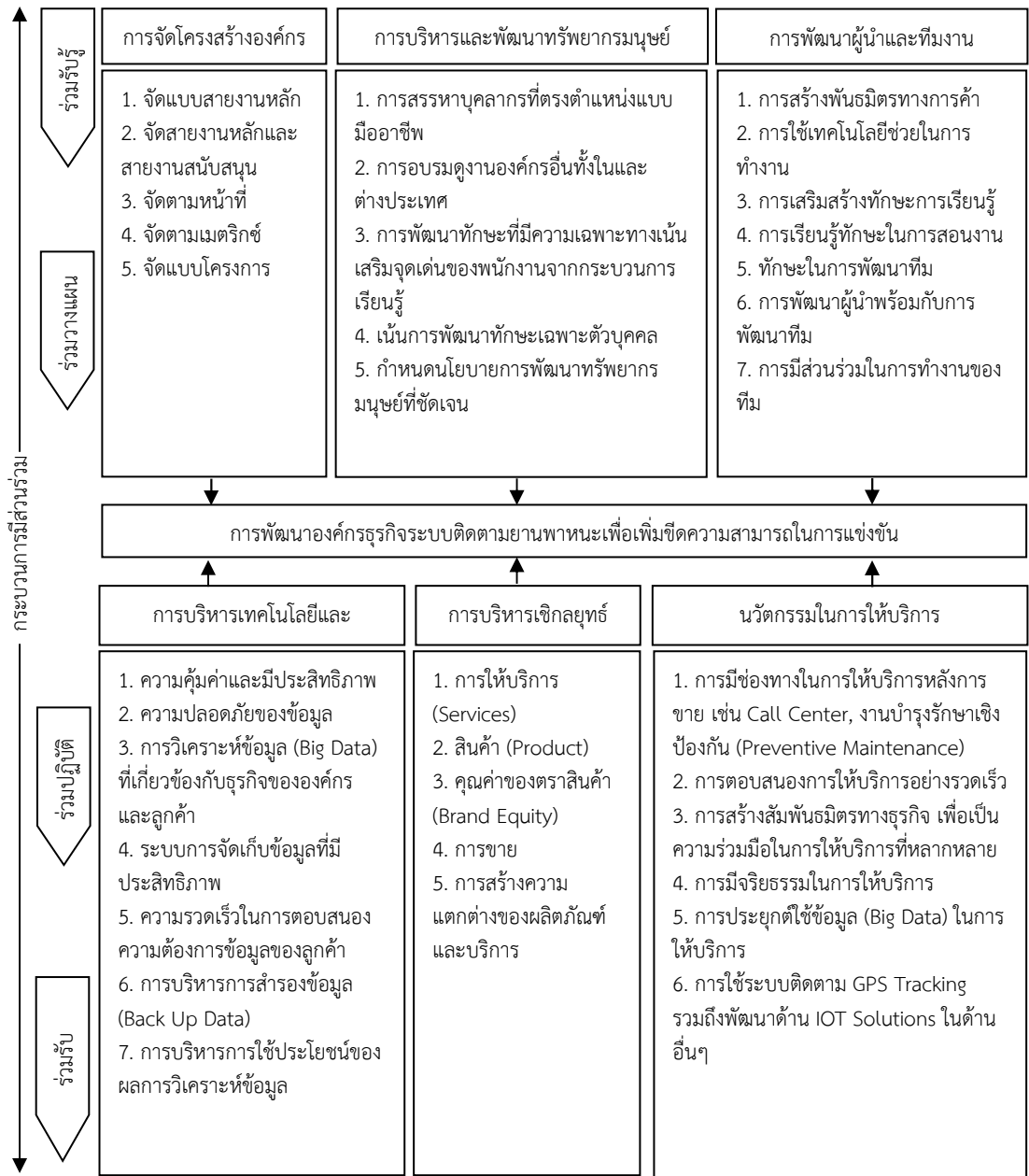
ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	มาตรฐานด้าน			
	ความเป็นไปได้	ความเป็นประโยชน์	ความเหมาะสม	ความถูกต้องครอบคลุม
1.3 การจัดโครงสร้างองค์การติดตามหน้าที่	3.85	4.08	3.92	4.00
1.4 การจัดโครงสร้างองค์การจัดแบบเมตริกซ์	4.31	4.31	4.46	3.92
1.5 การจัดโครงสร้างองค์การตามโครงการ	3.77	4.08	3.92	3.85
<b>องค์ประกอบที่ 2 การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์</b>	<b>3.80</b>	<b>4.51</b>	<b>4.20</b>	<b>4.00</b>
2.1 การสรรหาบุคคลากรที่ตรงตำแหน่งแบบมืออาชีพ	3.92	4.85	4.38	4.54
2.2 การอบรม ศึกษานองคการอื่น ทั้งในและต่างประเทศ	2.77	4.38	4.08	3.54
2.3 การพัฒนาทักษะที่มีความเฉพาะทาง เน้นเสริมจุดเด่นของพนักงาน จากกระบวนการเรียนรู้	4.15	4.62	4.69	3.92
2.4 เน้นการพัฒนาทักษะเฉพาะตัวบุคคล	3.69	4.00	3.62	3.69
2.5 กำหนดนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ชัดเจน	4.46	4.69	4.23	4.31
<b>องค์ประกอบที่ 3 การพัฒนาผู้นำและทีมงาน</b>	<b>4.33</b>	<b>4.86</b>	<b>4.60</b>	<b>4.23</b>
3.1 การสร้างพันธมิตรทางการค้า (Partner Ship)	4.46	4.85	4.31	3.92
3.2 การใช้เทคโนโลยีช่วยในการทำงาน	4.46	5.00	4.62	4.23
3.3 การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้	4.31	4.92	4.77	4.15
3.4 การเรียนรู้ทักษะในการสอนงาน	4.31	4.54	4.54	4.23
3.5 ทักษะในการพัฒนาทีม	4.15	4.92	4.62	4.15
3.6 การพัฒนาผู้นำพร้อมกับการพัฒนาทีม	4.31	4.85	4.77	4.38
3.7 การมีส่วนร่วมในการทำงานของทีม	4.31	4.92	4.58	4.54
<b>องค์ประกอบที่ 4 การบริหารเทคโนโลยีและเครือข่าย</b>	<b>3.98</b>	<b>4.82</b>	<b>4.59</b>	<b>4.29</b>
4.1 ด้านความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ	4.38	4.69	4.62	4.31
4.2 ด้านความปลอดภัยของข้อมูล	4.15	4.92	4.62	4.69
4.3 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล(Big Data) ที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจขององค์การและลูกค้า	3.46	4.77	4.46	4.15
4.4 ระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	4.08	5.00	4.77	4.38
4.5 ความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการข้อมูลของลูกค้า	4.08	4.85	4.69	4.23
4.6 การบริหารการสำรองข้อมูล (Black up data)	4.08	4.77	4.69	4.15
4.7 การบริหารการใช้ประโยชน์ของผลการวิเคราะห์ข้อมูล	3.62	4.77	4.31	4.08

ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้	มาตรฐานด้าน			
	ความเป็นไปได้	ประโยชน์	ความเหมาะสม	ความถูกต้องครอบคลุม
<b>องค์ประกอบที่ 5 การบริหารเชิงกลยุทธ์</b>	<b>4.34</b>	<b>4.72</b>	<b>4.54</b>	<b>4.31</b>
5.1 ด้านการให้บริการ (Service)	4.46	4.77	4.62	4.46
5.2 ด้านสินค้า (Product)	4.15	4.85	4.23	4.15
5.3 ด้านคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity)	4.46	4.54	4.62	4.46
5.4 ด้านการขาย	4.31	4.77	4.62	4.31
5.5 การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ	4.31	4.69	4.62	4.15
<b>องค์ประกอบที่ 6 นวัตกรรมในการให้บริการ</b>	<b>4.39</b>	<b>4.71</b>	<b>4.47</b>	<b>4.34</b>
6.1 การมีช่องทางในการให้บริการหลังการขาย เช่น Call Center งานบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (Preventive Maintenance)	4.15	4.77	4.62	4.15
6.2 การตอบสนองการให้บริการอย่างรวดเร็ว	4.62	4.69	4.77	4.62
6.3 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อเป็นความร่วมมือในการให้บริการที่หลากหลาย	4.46	4.62	4.42	4.15
6.4 การมีจริยธรรมในการให้บริการ	4.50	4.50	4.42	4.50
6.5 การประยุกต์ใช้ข้อมูล (Big Data) ในการให้บริการ	3.92	4.85	4.23	4.31
6.6 การใช้ระบบติดตาม GPS Tracking รวมถึงพัฒนาด้าน IOT Solutions ในด้านอื่น ๆ เช่น ตู้บัตรเติมเงิน, ระบบบริหารจัดการกิจกรรมและกระบวนการทางธุรกิจ Business Activity Management System (BAMS) และระบบมาตรวัดสรรพสามิต เป็นต้น	4.69	4.85	4.38	4.31

3. ผลการปรับปรุงการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันมาประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนาศูนย์ธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายผล ดังนี้

1. รูปแบบการพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ผลการวิจัยปรากฏว่า รูปแบบการพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ มีองค์ประกอบที่ 6 องค์ประกอบ และ 30 ตัวบ่งชี้ ซึ่งจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า องค์การต้องมีความสำเร็จในสิ่งสำคัญ 7 ด้าน ได้แก่ 1) การนำองค์กร 2) จัดทำวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ 3) วิธีการสร้างผูกพันกับลูกค้า 4) การวัดการวิเคราะห์และการจัดการความรู้ 5) บุคลากร 6) การปฏิบัติการ และ 7) วิธีการในการประเมินผลการดำเนินการ ซึ่งทุกองค์ประกอบของระบบมีความเชื่อมโยงกัน (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2558) ส่วน Porter (1985) ได้อธิบาย แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) ว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรสามารถลดต้นทุนให้แก่องค์กรเพื่อใช้กลยุทธ์ในการเป็นผู้นำด้านราคา (Cost Leadership) หรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ (Differentiation) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยแบ่งกิจกรรมภายในองค์กรออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) Primary Activities (กิจกรรมพื้นฐาน) ประกอบด้วย 1.1 Inbound Logistics (การขนส่ง) 1.2 Operations (การปฏิบัติการ) 1.3 Outbound Logistics (การขนส่งขาออก) 1.4 Marketing and Sales (การตลาดและการขาย) 1.5 Services (การบริการ) 2) Supporting Activities (กิจกรรมสนับสนุน) 2.1 Firm Infrastructure (โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร) 2.2 Human Resource Management (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) 2.3 Technology Development (การพัฒนาเทคโนโลยี) และ 2.4 Procurement (การจัดการทรัพยากร) นอกจากนี้ Certo (2014) กล่าวว่า องค์กรที่มีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบเทคโนโลยี องค์ประกอบเกี่ยวกับบุคคลและองค์ประกอบทางโครงสร้างขององค์กร และการพัฒนาทีมและการสร้างทีมงานที่ทำงานร่วมกันอย่างประสานงานกัน ที่มีทักษะเสริมกันมาทำงานร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และความรับผิดชอบร่วมกันเน้นผลสัมฤทธิ์ที่มาจากทีมมากกว่าตัวบุคคล สอดคล้องกับ Targoolsrid (2006) การสร้างทีมเป็นการสร้างกลุ่มบุคลากรเพื่อให้เกิดปารประสานงานที่ดี ด้วยความร่วมมือร่วมใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และการใช้ทีมยังทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น และเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน การบริหารเทคโนโลยีและเครือข่าย ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้เทคโนโลยีและสื่อ (Media) ในรูปแบบใหม่ๆ ในปัจจุบันถูกนำมาใช้สนับสนุนการสื่อสารของทีมงานในการพัฒนางค์กรมากขึ้นสื่อใหม่จัดว่าเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการสื่อสารของทีมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล Kaewthep and Chaikunpon (2012) กล่าวว่า สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อในรูปแบบดิจิทัลที่มีความหลากหลายในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่ายอื่นๆ ดังนั้นการพัฒนางค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ เทคโนโลยีที่นำมาใช้สนับสนุนการสื่อสาร เทคโนโลยีที่นำมาใช้สนับสนุนการทำงานร่วมกัน และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดเก็บความรู้

การพัฒนางค์กรต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในองค์กร การทำงานแบบมีส่วนร่วมนี้ ไม่ว่าจะในระดับองค์กร หรือระดับประเทศนั้นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการทัศน์ปัจจุบัน เพราะจะช่วยให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Ownership) และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ยินยอมปฏิบัติตาม (Compliance) และรวมถึงตกลงยอมรับ (Commitment) ซึ่ง Bedeian and Zammuto (1991) กล่าวว่าองค์กร

ควรมีการปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันของบุคคล มีการปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายหรือเอกลักษณ์ของสังคมร่วมกัน ตั้งแต่ร่วมรับรู้ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผลประโยชน์

2. ความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นรูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ผลการวิจัยปรากฏว่า รูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะ ทั้ง 6 องค์ประกอบ และ 30 ตัวบ่งชี้ ผลการวิจัยปรากฏว่า มีความเหมาะสมร้อยละ 88.24 คือ ตัวบ่งชี้ที่ 2.1 การสรรหาบุคลากรที่ตรงตำแหน่งแบบมืออาชีพ อยู่ในองค์ประกอบที่ 2 การบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีความเหมาะสมในการนำรูปแบบไปใช้น้อยที่สุด ดังนั้น การได้บุคลากรที่ตรงตำแหน่งแบบมืออาชีพ ต้องมีกลยุทธ์คู่ขนานทั้งด้านแรงจูงใจในค่าตอบแทนและชื่อเสียงจากการทำงาน และพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรให้มีความสามารถสูงขึ้น โดยอาศัยการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) Senge (1990) กล่าวว่า การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมว่าเป็นการที่สมาชิกในทีมมีการแบ่งปันและใช้ประโยชน์จากความรู้ นำไปสู่ทักษะทางความคิด ช่วยให้คนในองค์กรมีประสบการณ์และมีมุมมองที่หลากหลาย อันเป็นการขยายขอบข่ายการรับรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งและชัดเจนยิ่งขึ้น และนำไปสู่การพัฒนาตนเองในที่สุด มีการกำหนดและสร้างทีมงานจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) ขึ้นในองค์กรที่ประกอบด้วยผู้บริหารทีมงานและลูกทีม ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์กำหนดแผนการจัดการความรู้ขับเคลื่อนให้การจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นจริงการสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้ให้เกิดขึ้นได้ (Teeravarapich, 2005) การจัดการความรู้ จึงนับว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่ใช้ในพัฒนาศักยภาพขององค์กร ที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญลงไปถึงในระดับบุคคล เพื่อให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้พัฒนาตนเอง และสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับองค์กร นำไปสู่การรักษาความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและสังคม และเติบโตก้าวหน้าอย่างมีคุณภาพ (Supitchayangkool, Wongkhomthong & Kiewkarnka, 2014)

3. การนำรูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของหน่วยงาน ทั้ง 6 องค์ประกอบ และ 30 ตัวบ่งชี้ มาตรฐานความเป็นไปได้ และ มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 3.80 คือ องค์ประกอบด้านที่ 2 ด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มาตรฐานด้านความเป็นประโยชน์ มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.12 คือ องค์ประกอบด้านที่ 1 ด้านการจัดโครงสร้างองค์กร มาตรฐานด้านความเหมาะสม มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.08 คือ องค์ประกอบด้านที่ 1 ด้านการจัดโครงสร้างองค์กร และ มาตรฐานด้านความถูกต้อง ครบคลุม มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 4.00 คือ องค์ประกอบด้านที่ 2 ด้านการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้น การนำรูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปใช้ในหน่วยงานสามารถใช้งานได้จริง และตอบโจทยปัญหาขององค์กร โดยการผ่านกระบวนการ AIC และการประเมินรูปแบบใน 4 มาตรฐาน และหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆในการแข่งขันในธุรกิจติดตามยานพาหนะ องค์กรสามารถบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลง (Change management) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### **ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้**

1. องค์กรที่ประกอบธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะสามารถนำรูปแบบการพัฒนาองค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปใช้ในการบริหารจัดการองค์กรดังนี้

1.1. องค์กรที่เริ่มก่อตั้งหรือเริ่มต้นใหม่ความดำเนินการจัดโครงสร้างองค์กรแบบกว้าง แต่ละส่วนงานเน้นการปฏิบัติ ได้แก่ เจ้าของ ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายการเงิน

1.2 องค์กรที่ดำเนินกิจการไประยะเวลาหนึ่ง มีผลประกอบการตามมุ่งหวัง โครงสร้างขององค์กรและลักษณะงานขององค์กรจะเปลี่ยนแปลงไปตามภาระงานที่เพิ่มมากขึ้น มีการกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร และเพิ่มฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.3 องค์กรที่เติบโตเต็มที่มียอดผลผลิตสูง คุณภาพเป็นที่ยอมรับควรปรับโครงสร้างเป็นในรูปแบบเมตริกซ์ มีคณะกรรมการในการบริหารระดับสูงหรือเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ต้องตรวจสอบข้อกำหนดให้ถูกต้อง

2. การพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการพัฒนา และสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ดียิ่งขึ้นควรต้องทำความร่วมมือกับบริษัทต่างประเทศ หรือทำข้อตกลงร่วมมือกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีในการให้บริการทั้งด้านเครือข่าย ระบบแผนที่

3. การนำรูปแบบการพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบองค์กรที่เหมาะสมสำหรับ การจัดตั้งองค์กรใหม่ หรือ การปรับเปลี่ยนงานขององค์กร

**ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป**

1. การวิจัยนี้ได้สร้างรูปแบบการพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน โดยรูปแบบที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม และเป็นไปได้มากในการนำไปปฏิบัติ ดังนั้น ควรมีการนำรูปแบบพัฒนางค์กรธุรกิจนี้ไปทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในสถานประกอบการจริง และประเมินความสำเร็จของรูปแบบพัฒนางค์กรธุรกิจที่นำไปใช้ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงรูปแบบพัฒนางค์กรธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การสร้างรูปแบบการพัฒนางค์กรธุรกิจระบบติดตามยานพาหนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษากับสถานประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เกี่ยวกับระบบติดตามยานพาหนะ ดังนั้นในการศึกษาคั้ง

## เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579)*.

เข้าถึงได้จาก [www.oie.go.th/sites/default/files/.../thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf](http://www.oie.go.th/sites/default/files/.../thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf)

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). *Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน*. (2559). เข้าถึงได้จาก [http://bps.moph.go.th/new\\_bps/sites/default/files/Thailand%204.0\\_050160%20%282%29.pdf](http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/Thailand%204.0_050160%20%282%29.pdf)

ธารณี อภัยโรจน์. (2554). การศึกษาสมรรถนะหลักเพื่อการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษาสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา. *วารสารบริการ*, 22(1), 59-72.

พุทธิ ผาสุข. (2560). *GPS ช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน ญี่ปุ่นต้นแบบสร้างถนนปลอดภัย*. เข้าถึงได้จาก <https://www.grandprix.co.th/gps>

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุริยวิทยาสาน.

วิลาวรรณ รัตพิศาล. (2554). *ความรู้พื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ วิจิตรหัตถกร.

ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2553). องค์กรแห่งนวัตกรรมทางเลือกของผู้ประกอบการยุคใหม่. *วารสารนักรับบริหาร*, 30(2), 60-63.

สุริมล ว่องวานิช. (2549). การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- อนิวัช แก้วจันทน์. (2555). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 7(1), 99-120.
- Bedeian, A. B., & Zammuto, R. (1991). *Organizations: Theory and design*. New York: The Dryden Press.
- Drucker, P. K. (1999). Knowledge-worker Productivity: The Biggest Challenge. *California Review Management*, 41(2), 79-94.
- Ghasemkhani, H., Soule, D., & Westerman, G. (2014). *Competitive Advantage in a Digital World: Toward An Information-Based View of the Firm*. Retrieved From <http://ssrn.com/abstract=2698775>
- Kaewthep, K., & Chaikunpon, N. (2012). *New medias study manual*. Bangkok: Metheevijai Awarded Project, The Office of Thailand Research Fund.
- Kotler, K., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. Retrieved From [www.pearsoned.co.uk](http://www.pearsoned.co.uk).
- Krasnikov, A., Jayachandran, S., & Kumar, V. (2009). The Impact of Customer Relationship Management Implementation on Cost and Profit Efficiencies: Evidence from the U.S. Commercial Banking Industry. *Journal of Marketing*, 73, 61-76.
- Maijoor, S., & Witteloostuijn, A. V. (1996). An Empirical Test of The Resource-Based Theory: Strategic Regulation in The Dutch Audit Industry Strategic. *Management Journal*, 17, 549-569.
- Nuthall, P.L. (2006). Determining the Important Management skill Competencies. The case of Family Farm Business in New Zealand. *Agricultural Systems* 88, 429-450.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard business review*, 86(1), 25-40.
- Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday.
- Supitchayangkool, S., Wongkhomthong, S. and Kiewkarnka, B. (2014). The components of knowledge management in community hospital administration under office of permanent secretary of Ministry of Public Health. *Journal of Business, Economics and Communications*, 9(2), 98-107.
- Tragoolsrid, V. (2006). *Teamwork*. Bangkok: Soon Songserm Vichakarn.
- Teeravarapich, S. (2005). Team learning for organization development. *Human Resource Development Journal*, 1(1), 257-275.

William Bridges. (2009). *Managing Transitions: Making the Most of Change* (3<sup>rd</sup> ed.). Philadelphia, Pa.: Da Capo Lifelong.

Yu, J., Gilbert, B. M., & Oviatt, B. M. (2011). Effects of alliances, time, and network cohesion on the initiation of foreign sales by new ventures. *Strategic Management Journal*, 32(4), 424–446; doi: 10.1002/smj.884.