

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21:  
ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย  
The Integrated Organizational Management Strategy And Modern 21<sup>st</sup> Century  
Leadership: A Case Study Of The Executives Of The Thai Auto-Parts  
Manufacturers Association, 2013 A.D

วิชัย ศรีमारวรรณ์<sup>1</sup> ธัญยธรม์/กนลา สุขพานิช-ชั้นทปราบ<sup>2</sup>  
Wichai Srimavon<sup>1</sup> Thanyathom/Kanala Sukhabanij-Khantaprab<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต  
<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

Wichai.s@somboon.co.th, and dr\_kanala@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ (1) ศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (2) ศึกษาภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (3) ศึกษาภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย (4) นำเสนอรูปแบบ (Model) ของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ กลุ่มผู้นำระดับสูงของภาครัฐ/การเมือง กลุ่มผู้นำภาครัฐวิสาหกิจ ราชการ อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้นำเฉพาะเรื่องชิ้นส่วนยานยนต์ ที่ปรึกษา และกลุ่มผู้นำด้านสังคม ชุมชน ศาสนาและผู้สื่อข่าว จำนวน 63 คน และการวิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 375 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เห็นว่าต้องสามารถบริหารจัดการงานในทุกหน้าที่อย่างสอดคล้องกัน การปรับตัวยืดหยุ่น รวมถึงสามารถทำงานร่วมกันท่ามกลางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือวัยที่แตกต่างกัน การจัดการแบบบูรณาการโดยมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจ เพื่อสร้างตลาด และรักษาความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

2) ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เห็นว่าภาวะผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ผลักดันการเปลี่ยนแปลงในเชิงรุก ใฝ่รู้ สร้างสรรค์ และมีธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อสร้างอนาคตใหม่ให้องค์กร

3) ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย เห็นว่าวิสัยทัศน์ของผู้บริหารต้องมุ่งเน้นการเติบโตไปกับผู้ผลิตยานยนต์ เป็นศูนย์กลางส่งออก เพื่อความพร้อมในการก้าวไปสู่ความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคและโลก

4) รูปแบบยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการที่เป็นผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำเสนอได้ดังนี้ คือ จาก “เป้าหมายที่มุ่งสู่การแสวงหาชื่อเสียงเกียรติยศและผลกำไรสูงสุด” “สู่” “การบรรลุจุดหมายปลายทางที่เปี่ยมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมยุคโลกออนไลน์”

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการ ภาวะผู้นำ ผู้บริหาร สมาคมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

## Abstract

The objectives of this research were 1) to study the Integrated Organizational Management Strategy of the Executives of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates and 2) to study The Modern 21<sup>st</sup> Century Leadership used the Integrated Organizational Management Strategy of the Executives of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates 3) to study The Modern 21<sup>st</sup> Century Leadership and the Integrated Organizational Management Strategy to strengthen its competitiveness in the region of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates 4) to study and design the model of The Management Integrated Organization Strategy and Modern 21<sup>st</sup> Century Leadership. The research used Methodologically speaking, This study employed Qualitative Research from in-depth interviews of 63 leaders/administrators from all walks of life, including high-ranking government officials, political leaders, provincial governors, lord mayors, ministers, businessmen, press/media executives, religious and community leaders, though focusing mainly on the executive members of the auto parts industries. This Quantitative Research took meticulous questionnaire samplings from 375 general managers, auto-parts executives as well as industry owners, all of who are official members of the Thai Auto-Parts Manufacturers Association (TAPMA), have also been meticulously conducted.

1) The Integrated Organizational Management Strategy of the Executives of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates, that must be managed in any previous consistent, Adaptability / flexibility Including the ability to collaborate among different cultures and different ages, Integrated management with a focus on providing knowledge and insight, to create a market and maintain the confidence of its customers.

2) The Modern 21<sup>st</sup> Century Leadership used the Integrated Organizational Management Strategy of the Executives of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates, that must be visionary leadership, Push changes proactively, knowledge creation and good governance, to create a new the organization for the future.

3) The Modern 21<sup>st</sup> Century Leadership and the Integrated Organizational Management Strategy to strengthen its competitiveness in the region of Thai-Auto Parts Manufacturer Associates, that vision of management must focus on growing the automotive manufacturers, as export hub To be ready to step forward to strengthen its competitiveness in the region and the world.

4) The model of this doctoral dissertation can be presented as the following: From “The Profits and Fames Maximization Goals” To “The Global Warming Era Social Responsibility Destination.”

**Keywords :** Strategic, Integrated Management Organization, Leadership, Executives, Thai Auto-Parts Manufacturer Associates

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญ

การบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่นั้นต้องเปลี่ยนแปลงโดยใช้ยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการกันให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะใช้ยุทธศาสตร์เดียวกันไม่เพียงพอต่อการสร้างความเป็นเลิศในการแข่งขันเนื่องจากผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินธุรกิจขององค์กรทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศของโลก ทำให้ผู้บริหารหรือผู้นำของแต่ละองค์กรทั้งระดับโลกและในประเทศไทย รวมถึงในแต่ละองค์กรของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ การศึกษา การท่องเที่ยว โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ผู้นำต้องหันมาทบทวนภาวะผู้นำของ

ตัวเองให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในปัจจุบันที่ยังอยู่ในศตวรรษที่ 21 ช่วงปลายยุคและในอนาคต [1]

นอกจากนี้การก้าวไปสู่ความเป็นเลิศในการแข่งขันนั้น ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีอยู่ในประเทศไทยถึง 1,809 บริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ส่งป้อนให้กับผู้ประกอบการรถยนต์ ซึ่งในไทยเป็นค่ายญี่ปุ่นมากกว่าค่ายยุโรปและอเมริกา ซึ่งผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยหรือผู้บริหารของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่มีอยู่ 582 รายที่เป็นสมาชิก จาก 1,809 รายหรือร้อยละ 32.17 ต้องเปลี่ยนแปลงการนำธุรกิจใหม่ โดยเปลี่ยนจากภาวะผู้นำแบบเก่าแก่คนจีนที่

ขยันขันแข็ง ทำงานหมั่นหมั่นค่า ขยายกิจการให้เติบโตและมีกำไรสูงสุด เปลี่ยนไปเป็นภาวะผู้นำแบบไฮบริดหรือผสมผสาน เพื่อนำองค์กรให้ก้าวไปสู่ความทันสมัย [2]

ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยและที่ไม่ได้เป็นสมาชิก นั้นต้องมีวิสัยทัศน์หรือทิศทางที่กว้างไกล มีการกำหนดยุทธศาสตร์ระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาวเป็นเชิงบูรณาการมากขึ้น เปลี่ยนแปลงจาก การเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มุ่งแสวงหากำไรสูงสุด เปลี่ยนแปลงผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มุ่งสู่จุดหมายปลายทางที่มีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมในยุคโลกออนไลน์ เพื่อความเป็นเลิศ การแข่งขันในเวทีภูมิภาคที่กำลังเปิดตลาดในประชาคมอาเซียนที่มีประชากรถึง 1200 ล้านคน ซึ่งเป็นที่มาของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการที่รวมหลายยุทธศาสตร์ทั้งบุคลากร ลูกค้า กระบวนการภายในและการเรียนรู้ เติบโต และภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ที่เป็นรูปแบบผสมผสานหรือไฮบริด เพื่อความเป็นเลิศในการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยนั่นเอง

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
4. เพื่อนำเสนอรูปแบบ (Model) ของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

## 3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย” ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

2. คุณสมบัติของภาวะผู้นำของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
3. องค์ประกอบของความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคเพื่อความเป็นเลิศ

ตัวแปรตาม

1. รูปแบบ (Model) ของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
2. ทิศทางความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

## 4. ขอบเขตการวิจัย

### 4.1 ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ 3 ด้าน คือขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตด้านประชากร และขอบเขตด้านระยะเวลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยได้ทำการศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย ได้แก่ การค้นคว้าวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาจากเอกสารโดยการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ต่อ Key Informants

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

##### 2.1 ขอบเขตด้านประชากรสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้ กลุ่มผู้นำระดับสูงของภาครัฐ/การเมือง จำนวน 18 คน กลุ่มผู้นำ ภาครัฐวิสาหกิจ ราชการ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 16 คน กลุ่มผู้นำเฉพาะเรื่องชิ้นส่วนยานยนต์ที่ปรึกษา จำนวน 17 คน และกลุ่มผู้นำด้านสังคม ชุมชน ศาสนา ผู้สื่อข่าว จำนวน 12 คน รวมทั้งหมดจำนวน 63 คน

##### 2.2 ขอบเขตด้านประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ต่อขนาดตัวอย่าง จำนวน 375 คน จากประชากรผู้บริหารของกลุ่ม TAPMA จำนวน 5,820 คน โดยขนาดตัวอย่างกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยใช้สูตรยามานะ [3]

#### 3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารของ

สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยโดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาดังแต่เดือนในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน 2556 รวมระยะเวลา 2 เดือน

## 5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเป็น 5 ตอนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดและทัศนคติต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

**ตอนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

**ตอนที่ 5** เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับแนวคิดและทัศนคติต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 เพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย และแต่ละด้านกำหนดระดับค่าของคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
เห็นด้วยมากที่สุด	5	1
เห็นด้วยมาก	4	2
เห็นด้วยปานกลาง	3	3
เห็นด้วยน้อย	2	4
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	5

## 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแจกแบบสอบถาม ให้กับตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารของผู้ผลิตชิ้นส่วนในสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ตั้งแต่ผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง ที่อยู่ทั่วประเทศไทยทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 375 ชุด และได้แบบสอบถามกลับคืนมา 352 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.86 นำมาวิเคราะห์แยกความคิดเห็น เพื่อนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล รายงานผลเป็นตารางแจกแจงความถี่ และขยายความแต่ละตาราง

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลรวมแต่ละคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้กำหนดตามวิธีตามแบบของ Likert Scale โดยผู้วิจัยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
1.00-1.49	น้อยที่สุด
1.50-2.49	น้อย
2.50-3.49	ปานกลาง
3.50-4.49	มาก
4.50-5.00	มากที่สุด

การแปลความหมายของค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จะใช้เกณฑ์ดังนี้ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำกว่า 1 หมายถึงมีระดับความคิดเห็น ไม่แตกต่างกันมาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมาก

## 8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	262	74.4
หญิง	90	25.6
รวม	352	100.00
2. อายุ		
1. ไม่เกิน 31 ปี	42	11.90
2. 31-40 ปี	173	49.10
3. 41-50 ปี	119	33.80
4. มากกว่า 50 ปี	18	5.10
รวม	352	100.00
3. สถานภาพสมรส		
1. โสด	128	36.4
2. สมรส	219	62.2
3. หย่า / หม้าย	4	1.1
4. อื่นๆ	1	0.3
รวม	352	100.00
4. ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	8.2
2. ปริญญาตรี	221	62.8
3. สูงกว่าปริญญาตรี	98	27.8
4. อื่นๆ (ไปรตระบุ)	4	1.1
รวม	352	100.00

วิจัย ศรีมวารรณั ธัญธรรณั/กนลา สุขพานิช-ชนทปราบ  
วารสารครุศาสตรัอุตสาหกรรณ ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคณ - สิงหาคม 2557

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
1. บริษัทเอกชน	306	86.9
2. ธุรกิจส่วนตัว	24	6.8
3. ห้างหุ้นส่วน	17	4.8
4. อื่นๆ (โปรดระบุ)	5	1.4
รวม	352	100.00
6. รายได้ตนเองต่อเดือน		
1. น้อยกว่า 20,000 บาท	39	11.1
2. 20,000-30,000 บาท	73	20.7
3. 30,001-40,000 บาท	88	25.0
4. มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป	152	43.2
รวม	352	100.00
7. ประสบการณ์การทำงาน		
1. น้อยกว่า 3 ปี	24	6.8
2. 3-5 ปี	43	12.2
3. 6-10 ปี	93	26.4
4. มากกว่า 10 ปี	192	54.5
รวม	352	100.00
8. องค์กรความรู้/ประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์		
1. ไม่มี	104	29.5
2. มี (โปรดระบุ)	248	70.5
รวม	352	100.00
9. องค์กรความรู้/ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership)		
1. ไม่มี	95	27.0
2. มี (โปรดระบุ)	257	73.0
รวม	352	100.00
10. องค์กรความรู้/ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านยุทธศาสตร์ Strategy)		
1. ไม่มี	160	45.5
2. มี (โปรดระบุ)	192	54.5
รวม	352	100.00
11. องค์กรความรู้/ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านวิสัยทัศน์ (Vision)		
1. ไม่มี	163	46.3
2. มี (โปรดระบุ)	189	57.3
รวม	352	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
12. องค์กรความรู้/ประสบการณ์การฝึกอบรมด้านการแข่งขันที่เป็นเลิศในภูมิภาค (ประชาคมอาเซียน)		
1. ไม่มี	291	82.7
2. มี (โปรดระบุ)	61	17.3
รวม	352	100.00
13. ระยะเวลาในการทำงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์		
1. น้อยกว่า 3 ปี	80	22.7
2. 3-5 ปี	44	12.5
3. 6-10 ปี	97	27.6
4. มากกว่า 10 ปี	131	37.2
รวม	352	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี มีองค์กรความรู้/ประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ (Automotive) มีประสบการณ์การฝึกอบรมด้านการพัฒนาภาวะผู้นำ (Leadership) และมีประสบการณ์ด้านยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ แต่ไม่มีประสบการณ์การแข่งขันที่เป็นเลิศในเวทีภูมิภาค (ประชาคมอาเซียน) และมีระยะเวลาทำงานในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์มากกว่า 10 ปี

ตารางที่ 2 สรุปแนวคิดและทัศนะต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21

ลำดับ	แนวคิดและทัศนะ	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็น
1	ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย	3.89	0.423	มาก
2	ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย	3.55	0.470	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลำดับ	แนวคิดและทัศนคติ	$\bar{X}$	S.D	ความคิดเห็น
3	ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย	3.57	0.480	มาก
รวมเฉลี่ย		3.67	0.458	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าแนวคิดและทัศนคติต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่าความคิดเห็นด้านยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงบูรณาการมีคะแนนมากที่สุด รองลงมาเป็นภาวะผู้นำยุคใหม่และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันและภาวะผู้นำยุคใหม่ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเป็นลำดับสุดท้าย

## 9. สรุปผลการวิจัย

### 9.1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและทัศนคติต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและทัศนคติต่อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.423 โดยสรุปผลการผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยรวมต้องเป็นบุคลากรที่มีความสามารถในทุกหน้าที่อย่างสอดคล้องกัน สร้างบุคลากรให้เป็นนักจริยธรรม คุณธรรม ธรรมภิบาลที่ดี มีการยกระดับบุคลากรทุกระดับด้านภาษาสากลที่ต้องใช้ในการสื่อสารสามารถในการปรับตัว/ยืดหยุ่น รวมถึงมีความสามารถในการทำงานร่วมกันท่ามกลางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือวัยที่แตกต่างกัน ซึ่งต้องสอดคล้อง (Align) กับพันธกิจ (Mission) และทรัพยากร มีเป้าหมายเพื่อสร้างความผูกพันอย่างต่อเนื่องระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า เพื่อสร้างตลาด และรักษาความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

### 9.2 ความคิดเห็นและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยภาพรวมพบว่า มีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.470 โดยสรุปผลจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ผลักดันการเปลี่ยนแปลงในเชิงรุก ใฝ่รู้ สร้างสรรค์ และมีธรรมาภิบาลที่ดี เพื่อสร้างอนาคตใหม่ให้องค์กร การใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการจะประสบความสำเร็จ ต้องใส่ใจในเทคโนโลยียานยนต์ และพัฒนาทีมให้มีความสามารถ สร้างผลงานการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมทั้งกระบวนการผลิตเพื่อการบรรลุเป้าหมายในการตอบสนองลูกค้า คำนึงถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถเพียงพอและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรเพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดไว้ และเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีประชาคมอาเซียน

### 9.3 ความคิดเห็นและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นและทัศนคติต่อภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการ เพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.480 โดยสรุปผลจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าวิสัยทัศน์ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ต้องมีการมุ่งเน้นการเติบโตสอดคล้องไปกับผู้ผลิตยานยนต์ (Auto Car Maker) และเป็นศูนย์กลางส่งออก (Hub) เพื่อความพร้อมในการก้าวไปสู่ความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคและโลก องค์กรในยุคใหม่ที่จะชนะเลิศในการแข่งขันต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและสื่อสารทั่วถึงผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกันในอนาคตอันใกล้ที่มีระยะเวลาแน่นอนและการประเมินผลอย่างชัดเจน

#### 9.4 สรุปรูปแบบ (Model) ของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก (Key Informants) ในการสรุปแนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย และภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 สามารถสรุปเป็นรูปแบบ (Model) ดังนี้คือ เปลี่ยนแปลงยุทธศาสตร์จาก “เป้าหมายที่มุ่งสู่การแสวงหาชื่อเสียงเกียรติยศและผลกำไรสูงสุด”

From “The Profits And Fames Maximization Goals “

สู่ “การบรรลุจุดหมายปลายทางที่เปี่ยมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมยุคโลกออนไลน์”

To “...The Global Warming Era Social Responsibility Destination

สรุปได้ว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่เป็นผลการวิจัยนั้นเปลี่ยนจากภาวะผู้นำแบบ “เจ้าแก่ คนจีน” สู่ “ภาวะผู้นำแบบไฮบริด” (From “Chinese Contractor “ to “ Hybrid Leadership”) นั่นเอง เนื่องจากเป็นยุคที่เปลี่ยนผ่านจากยุคก่อตั้งบริษัทที่ต้องขยันอดทน สร้างธุรกิจให้เติบโตด้วยกำไรสูงสุด มาสู่ยุคที่ต้องใส่ใจต่อสังคมยุคโลกออนไลน์อันเป็นปัญหาในอนาคตด้วย

### 10. อภิปรายผลการวิจัย

#### 10.1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยรวมวิเคราะห์ว่า การบริหารจัดการงานในทุกหน้าที่อย่างสอดคล้องกัน ความสามารถในการปรับตัว/ยืดหยุ่น รวมถึงความสามารถในการทำงานร่วมกันท่ามกลางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือวัยที่แตกต่างกัน การนำทรัพยากรทางการบริหาร (Administration Resources) มาประกอบการตามกระบวนการบริหาร (Process of Administration CEO) การจัดการแบบบูรณาการมุ่งเน้นการให้ความรู้และความเข้าใจเพื่อส่งผลสำเร็จแก่องค์กร เพื่อสร้างตลาด และรักษาความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และที่สำคัญต้องมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่องและพัฒนากระบวนการผลิตด้วยแนวคิด TPS หรือ Lean Manufacturing สอดคล้องกับลัทธิชัย ฝรั่งทอง [4] กล่าวถึง

การบริหารเชิงบูรณาการสมัยใหม่ในยุคดิจิทัลศตวรรษที่ 21 นี้ ต้องเป็นการบริหารจัดการด้วยความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีข้อมูลที่ต้องชัดเจนเพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนางาน กำหนดนโยบาย และมีกระบวนการ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจกับลูกค้าที่เป็นลักษณะปัจเจกบุคคล (Mass Customization) ที่เป็นเลิศ เครื่องมือทางการจัดการสมัยใหม่นี้ มีอยู่ด้วยกันหลายเครื่องมือ อาทิ TQM, ISO, Six Sigma, Kaizen, Teamwork Knowledge Management เป็นต้น

#### 10.2 ผลการศึกษาวิเคราะห์ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ในการใช้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยรวมวิเคราะห์ว่าเป็นผู้นำที่มี วิสัยทัศน์ ผลักดันการเปลี่ยนแปลงมีธรรมาภิบาลที่ดี ต้องใส่ใจในเทคโนโลยียานยนต์ และพัฒนาทีมให้มีความสามารถ ตอบสนองลูกค้า คำนึงถึงการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ ผู้นำควรมีความสามารถ มีอิทธิพลหรือพฤติกรรมที่ชักจูง โน้มน้าว ชี้นำ ทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดการยอมรับคุณลักษณะภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย ควรเป็นเครื่องหมายหรือสิ่งที่ชี้ให้เห็นความดีหรือลักษณะประจำ คือ สร้างเครือข่าย รอบรู้เชิงลึก มีธรรมาภิบาลที่ดี มีศีลธรรม จริยธรรมและโปร่งใส สอดคล้องกับสอดคล้องกับ รัชช วีระศิริวัฒน์ [5] กล่าวถึง ภาวะผู้นำยุคใหม่เป็นบุคคลที่จะมาจากการเลือกตั้ง แต่งตั้ง หรือยกย่องจากกลุ่ม ให้เป็นผู้ชี้แนะช่วยเหลือให้กลุ่มปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ สามารถใช้อิทธิพลชักนำคนอื่นให้ดำเนินกิจกรรมต่างๆตามที่ต้องการจนประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และวิทยากร ท่อแก้ว [6] กล่าวถึง คุณสมบัติผู้นำต้องมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์อย่างดียิ่ง มีความสามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นในทีมงาน หรือกลุ่มเป้าหมายอย่างดีเลิศ มีการบริหารหรือการจัดการงานอย่างเป็นระบบ เป็นคนเก่ง กล่าวคือ เก่งคน เก่งงาน เก่งคิด เก่งเรียน และการเป็นคนดี

#### 10.3 ผลการศึกษาวิเคราะห์ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการเพื่อ

ความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยรวมวิเคราะห์ว่า วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ต้องมีการมุ่งเน้นการเติบโตไปกับผู้ผลิตยานยนต์ เป็นศูนย์กลางส่งออก เพื่อความพร้อมในการก้าวไปสู่ความเป็นเลิศด้านการแข่งขันในเวทีภูมิภาคและโลก การสร้างมาตรฐานและการวิจัย & พัฒนา รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และสื่อสารพนักงานทุกระดับ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกันในอนาคต มีทิศทางและความคาดหวังในอนาคต เป็นนักจริยธรรม คุณธรรม ธรรมภิบาลที่ดี สอดคล้องกับอนุชิต ยูนสวัสดิกุล [7] กล่าวถึง ภาวะผู้นำยุคใหม่ต้องมีแรงผลักดัน 2 ทางดังนี้แรงผลักดันภายนอก เช่น เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ ความต้องการของลูกค้า เทคโนโลยีนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงของตลาด แรงผลักดันการเปลี่ยนแปลงภายใน เช่น ยุทธศาสตร์ใหม่ การบริหารจัดการแบบใหม่ กระบวนการ/เทคโนโลยีใหม่ และการขยายตัว เป็นต้น

#### 10.4 ผลการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ (Model) ของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารของสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย

ผลการวิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบของยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรเชิงบูรณาการและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 คือ เปลี่ยนแปลงยุทธศาสตร์จาก “เป้าหมายที่มุ่งสู่การแสวงหาชื่อเสียงเกียรติยศและผลกำไรสูงสุด” สู่ “การบรรลุจุดหมายปลายทางที่เปี่ยมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมยุคโลกไร้รอย” From “The Profits And Fames Maximization Goals “ To “...The Global Warming Era Social Responsibility Destination” โดยรวมวิเคราะห์ว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารสมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยที่เป็นผลการศึกษาวิจัยนั้นเปลี่ยนจากภาวะผู้นำแบบ “เจ้าแก่ คนจีน” สู่ “ภาวะผู้นำแบบไฮบริด” (From “CHINESE CONTRACTOR” to “HYBRID Leadership”) นั่นเอง เนื่องจากเป็นยุคที่เปลี่ยนผ่านจากยุคก่อตั้งบริษัทที่ต้องขยันอดทน สร้างธุรกิจให้เติบโตด้วยกำไรสูงสุด มาสู่ยุคที่ต้องใส่ใจต่อสังคมยุคโลกไร้รอย อันเป็นปัญหาในอนาคตด้วย สอดคล้องกับ สมชัย ตั้งพร้อมพันธ์ [8] กล่าวถึงผู้นำยุคเก่า มีสถานะเป็นแบบเจ้าแก่ ใช้อำนาจตัดสินใจในทุกเรื่อง ไม่มีการกระจายอำนาจ เข้าไปยุ่งทุก เรื่องจนลูกน้องเกร็งไม่ต้องทำอะไร ขาดการฟัง ความคิดเห็นของลูกน้อง ไม่มีการวางแผนและคำนวณผลลัพธ์ล่วงหน้า อย่างไรก็ตาม แนวทางการบริหารในโลกที่ไร้พรมแดน ที่มีความเปลี่ยนแปลงและเข้าถึงอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการแข่งขันที่ดุเดือด รุนแรง ผู้นำในยุคใหม่จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ ตามให้ทัน และปรับตัว ให้เข้ากับ

เปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆที่เกิดขึ้นให้ทันเอง และองคณาจารย์ประดิษฐ์พิทักษ์ [9] กล่าวถึงการปรับตัวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการลดการใช้พลังงานตามลำดับ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญ และต้องใส่ใจต่อสังคมยุคโลกไร้รอย

#### 11. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

##### 11.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริหารขององค์กรของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรขององค์กร ให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อสามารถช่วยผลักดันและปรับปรุงองค์กรให้มีการพัฒนาและเพื่อทำให้เกิดการแข่งขันและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ พยายามใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การลดต้นทุน และผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
2. ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทยทั้งขนาดเล็ก กลางและใหญ่ ควรนำงานวิจัยไปใช้เปรียบเทียบกับองค์กรตนเอง (Benchmarking) และองค์กรอื่น โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมที่ใกล้เคียงกับบริบทองค์กร และกลุ่มผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ เพื่อรู้เขา รู้เรา แล้วนำมาสร้างความเจริญเติบโตและความสำเร็จในการแข่งขัน โดยเปลี่ยนกระบวนการที่ใหม่และบ่มเพาะเครือข่ายในองค์กรให้เข้มแข็งต่อการรับรู้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและทันสมัยเสมอ

##### 11.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การนำงานวิจัยนี้ไปต่อยอดในครั้งหน้าเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรและภาวะผู้นำยุคใหม่แห่งศตวรรษที่ 21 นั้นควรวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มอาหาร กลุ่มการเกษตร กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น
2. การวิจัยเกี่ยวกับองค์กรที่เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยกับต่างประเทศ ในเวทีภูมิภาคหรือระดับโลก ตามขนาดของธุรกิจคือ เล็ก (Small) กลาง (Medium) และใหญ่ (Giant) ที่อยู่ในประเภทเดียวกัน คือ Tier1,2,3 เพื่อให้ได้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการองค์กรและภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับขนาดของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย
3. การวิจัยหาวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ระดับโลกในองค์กรขนาดใหญ่ (Giant) โดยใช้แนวทางการเปรียบเทียบ (Benchmarking)

## เอกสารอ้างอิง

- [1] อานันท์ ชินบุตร.2554. NLP พลังไร้ขีดจำกัด  
Unlimited Power and NLP.  
กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- [2] สมาคมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. 2555.  
THAI AUTO 2 MILLION CELEBRATION.  
กรุงเทพฯ: แพรว.
- [3] พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรม  
ศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8.  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [4] สิทธิชัย ฝรั่งเศสทอง. (2548, 7 ตุลาคม). การบริหารงาน  
เชิงบูรณาการยุคใหม่. Bizweek. กรุงเทพฯธุรกิจ น.7.
- [5] ธวัช วีระศิริวัฒน์. (2556). ภาวะผู้นำทางวิชาการ.  
เอกสารประกอบการเรียนการสอนหน่วยการเรียนรู้  
ภาวะผู้นำทางวิชาการ (Academic Leadership)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร  
(เอกสารอัดสำเนา).
- [6] วิทยธร ท่อแก้ว. 2554. การเป็นนักประชาสัมพันธ์  
มืออาชีพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมมาธิราช.
- [7] อนูชิต ฮุนสวัสดิ์กุล. (2555). การพัฒนาภาวะผู้นำ  
กับการบริหารการเปลี่ยนแปลง. เอกสารประกอบ  
การสัมมนาวิชาการของสำนักงาน ก.พ.ร.  
(เอกสารอัดสำเนา).
- [8] สมชัย ตั้งพร้อมพันธ์. 2556. การบริหารความ  
เปลี่ยนแปลงจากยุคเก่าสู่ยุคใหม่. [ออนไลน์]  
เข้าถึงได้จาก: <http://www.thailandindustry.com>.  
(วันที่ค้นข้อมูลวันที่ 20 ธันวาคม 2556)
- [9] อนงค์นาฏ ประดิษฐ์พฤกษ์. 2554. อิทธิพลของบทบาท  
ด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริหารและการจัดการด้าน  
สิ่งแวดล้อมที่มีต่อการปรับปรุงกระบวนการผลิตในเขต  
นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง.  
วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม. 10(3), น. 371-382