



บทความวิจัย

การพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

ประสิทธิ์พร เก่งทอง* สมนึก วิสุทธิแพทย์ ชาญชัย ทองประสิทธิ์ และ มนัส ชูผกา

ภาควิชาการพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 09 8651 5545 อีเมล: prasitpon_k@hotmail.com

DOI: 10.14416/j.bid.2025.08.002

รับเมื่อ 20 พฤษภาคม 2568 แก้ไขเมื่อ 9 มิถุนายน 2568 ตอบรับเมื่อ 25 กรกฎาคม 2568 เผยแพร่ออนไลน์ 29 สิงหาคม 2568

© 2025 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล 2) พัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้ายุคดิจิทัล และ 3) จัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการด้านรถยนต์ไฟฟ้า 2) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่ม จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการพัฒนารัฐกิจและทรัพยากรมนุษย์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า และ 3) กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 187 คน ได้แก่ ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบหลักของศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล มี 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1. ด้านความรู้ (Knowledge) มี 4 องค์ประกอบรอง คือ 1.1 ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ 1.2 ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน 1.3 ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า และ 1.4 ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2. ด้านทักษะ (Skills) มี 4 ประการรอง คือ 2.1 ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล 2.2 ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 2.3 ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร และ 2.4 ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และ 3. ด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attributes) มี 3 องค์ประกอบรอง คือ 3.1 พฤติกรรมการปฏิบัติงาน 3.2 การจัดการความสัมพันธ์ และ 3.3 การพัฒนาตนเอง โดยมีผลการประเมินรูปแบบจากการประชุมสนทนากลุ่มโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 15 คน มีมติเป็นเอกฉันท์ เห็นว่ารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลมีความเหมาะสม และคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มีความคิดเห็นสอดคล้องกันทั้งหมด เห็นว่าคู่มือมีความเหมาะสมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนา ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ยุคดิจิทัล

การอ้างอิงบทความ: ประสิทธิ์พร เก่งทอง สมนึก วิสุทธิแพทย์ ชาญชัย ทองประสิทธิ์ และ มนัส ชูผกา. (2568). การพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล. วารสารพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม, 5(2), 16-29 .



Research Article

Development a Potential Model for Electric Vehicle Service Center Executives in the Digital Age

Prasitpon Kengthong*, Somnoek Wisuttipaet, Chanchai Thongprasit and Manas Choopakar

Department of Industrial Business and Human Resources Development, Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, Thailand.

*Corresponding Author, Tel. 09 8651 5545, E-mail: prasitpon_k@hotmail.com DOI: 10.14416/j.bid.2025.08.002

Received 20 May 2025; Revised 9 June 2025; Accepted 25 July 2025; Published online: 29 August 2025

© 2025 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

Abstract

This research the objectives are to: 1) study the potential components of electric vehicle service center executives in the digital era; 2) develop a potential model for electric vehicle service center executives in the digital era; and 3) prepare a guideline for developing the potential of electric vehicle service center executives in the digital era. Use mixed research methods. With qualitative research and quantitative research, the group of information providers included: 1) a group of experts in in-depth interviews; and 2) 8 people, including electric car service center executives, experts, and academics in the electric car field. 2) a group of 15 experts in a focus group meeting, including electric car service center executives. and experts in the field of electric cars; and 3) the sample group of 187 people responding to the questionnaire, including executives of electric car service centers. The tools used in the research include interviews and questionnaires. Statistics used in data analysis include frequency, percentage, mean, and standard deviation. and exploratory component analysis using a ready-made statistical program. The results of the research found that the main components of the potential of electric vehicle service center executives in the digital era have three main components: 1. Knowledge (knowledge) has four secondary components: 1.1 Strategic management 1.2 Financial Management 1.3 Digital Technology in Electric Vehicles and 1.4 Human Resource Management 2. Skills have four secondary components: 2.1 Management in the digital age 2.2 Consumer behavior analysis 2.3 Digital and Communication Technology and 2.4 Foreign language and 3. Attributes. There are three secondary components: 3.1 Work Behavior, 3.2 Relationship Management, and 3.3 Self-Development. The results of the evaluation of the model came from a focus group meeting with 15 experts, who reached a unanimous decision. It is seen that the model for developing the potential of electric vehicle service center executives in the digital era is appropriate. and a guideline for developing the potential of electric car service center executives in the digital era. All five experts had consistent opinions. saw that the manual was appropriate and could be practically applied.

Please cite this article: Kengthong, P., Wisuttipaet, S., Thongprasit, C., & Choopakar, M. (2025). Development a Potential Model for Electric Vehicle Service Center Executives in the Digital Age. *Journal of Business and Industrial Development*, 5(2), 16-29 .



1. บทนำ

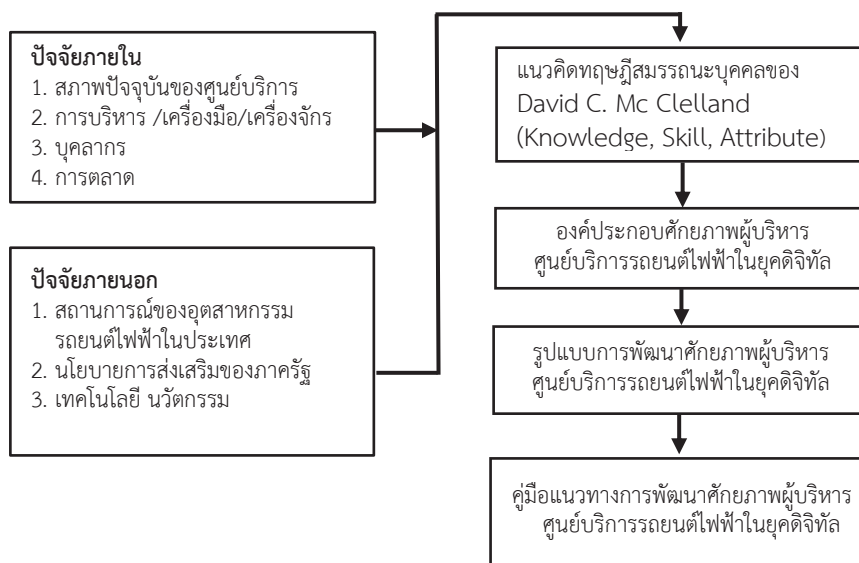
อุตสาหกรรมรถยนต์เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และสร้างงานให้กับแรงงานภายในประเทศเป็นจำนวนมาก การผลิตรถยนต์ในประเทศไทยมีขีดความสามารถด้านการผลิตรถยนต์อยู่ในลำดับต้น ๆ ของโลก นโยบายเปิดเสรีภาคีรัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้มีการขยายตัวของยอดขายรถยนต์ภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น การพัฒนาเทคโนโลยีและเกิดความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกทั้งการลงทุนในประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมรถยนต์เพิ่มขึ้นทำให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของผู้ผลิตรถยนต์ทั่วโลก ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความสำคัญของอุตสาหกรรมรถยนต์ที่เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง [1]

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมรถยนต์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย เช่น การรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม การลดมลพิษในอากาศ ตลอดจนการลดการใช้พลังงานจากฟอสซิลที่กำลังจะหมดไป และการหันกลับมาใช้พลังงานสะอาดเป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการวิวัฒนาการของรถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์สันดาปไปสู่การใช้มอเตอร์ไฟฟ้าที่ใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่ ซึ่งในอดีตในระยะเริ่มแรกที่มีการใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่จะเป็นลักษณะที่เป็นรถยนต์ไฟฟ้าแบบผสมผสาน (Hybrid) ที่เป็นการใช้พลังงานสองชนิด คือ พลังงานจากน้ำมันและพลังงานจากแบตเตอรี่ ในปัจจุบันรถยนต์ไฟฟ้าได้มีการพัฒนาระบบการขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์และใช้พลังงานจากแบตเตอรี่โดยสมบูรณ์ อีกทั้งรถยนต์ไฟฟ้ากำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างสถานีจ่ายไฟฟ้าเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เพื่อรองรับกับการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งรถยนต์ไฟฟ้าได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น โดยที่รถยนต์ไฟฟ้าที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นนั้น ต้องมีศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้ารองรับการบริการหลังการขาย โดยที่ศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้านั้น เป็นศูนย์บริการที่เพิ่งเริ่มต้นให้บริการลูกค้าเนื่องจากเป็นสินค้าที่เพิ่งเริ่มได้รับความนิยม ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าโดยส่วนใหญ่จึงเป็นผู้บริหารที่มาจากศูนย์บริการรถยนต์แบบดั้งเดิม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนา ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) คุณลักษณะเฉพาะ (Attribute) ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาค้นคว้าเพื่อการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าในปัจจุบันและอนาคต

1.1 วัตถุประสงค์

- 1.1.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล
- 1.1.2 เพื่อพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล
- 1.1.3 เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีกรวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 8 คน และการประชุมสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล โดยมีประชากรทั้งสิ้นจำนวน 362 ราย ขนาดตัวอย่างคิดเป็น 187 ราย โดยใช้การหาขนาดตัวอย่างด้วยการเปิดตาราง R.V.Krejcie และ D.W.Morgan [2]

2.2 เครื่องมือในการวิจัย

2.2.1 แบบสัมภาษณ์ในการวิจัย เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า มีดังต่อไปนี้ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล คำถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2.2.2 แบบสอบถามในการวิจัย เป็นแบบสอบถามข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้ ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม



แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิเคิร์ท (Likert Scales) แบบ 5 ระดับ [3] คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2.2.3 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของรูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล โดยมีการใช้แนวคิดทฤษฎีทางด้านการบริหารและจัดการมาใช้ในการสร้างแบบสอบถามในงานวิจัย เพื่อใช้ในการสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล โดยได้ทำการรวบรวมองค์ประกอบที่ได้จากการสังเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วยแบบสอบถามที่ออกแบบขึ้นมาเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของ ลิเคิร์ท (Likert Scales) แบบ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ทำการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน มีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.80 – 1.00 และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำไปแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า แต่เป็นมิใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ชุด นำไปวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอัลฟา (Alpha Coefficient) [4] ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.923

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการรวบรวมข้อมูลจากการปฏิบัติการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ของผู้เชี่ยวชาญ

2.3.2 ผู้วิจัยทำการติดต่อดำเนินการประสานงานและดำเนินการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์และเก็บด้วยตนเอง

2.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่า ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ขององค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

2.4 การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Analysis)

2.4.1 ผู้วิจัยได้จัดทำร่างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและร่างคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

2.4.2 นำร่างรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและร่างคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล เข้าทำการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน เพื่อพิจารณาให้ข้อคิดเห็นและฉันทามติต่อรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

2.4.3 ผลการประชุมสนทนากลุ่ม ที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลการศึกษาองค์ประกอบของศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญขององค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า

ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านความรู้	3.67	0.93	มาก
2. ด้านทักษะ	3.90	0.87	มาก
3. ด้านคุณลักษณะเฉพาะ	4.28	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.85	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ให้ระดับความสำคัญในด้านคุณลักษณะเฉพาะ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28) เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านทักษะ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) และ ด้านความรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้ง 86 ข้อ จากองค์ประกอบ 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 หากพิจารณาองค์ประกอบแต่ละด้าน ตัวแปรขององค์ประกอบด้านความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การดำเนินตามนโยบายองค์กร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) ตัวแปรขององค์ประกอบด้านทักษะที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การทำงานเป็นทีม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) และ ตัวแปรขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความซื่อสัตย์สุจริต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50)

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลในองค์ประกอบหลักด้านความรู้ (Knowledge)

ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรขององค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน ตามตารางที่ 1 แสดงค่า KMO มีมากกว่าค่าที่เหมาะสม (0.50) และการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity มีค่า Significance น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเพียงพอที่นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบแต่ละด้านดังแสดงในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลการทดสอบ KMO และ Bartlett's Test

วิธีการทดสอบ		ผลการทดสอบ		
		ด้านความรู้	ด้านทักษะ	ด้านคุณลักษณะเฉพาะ
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.944	.954	.953
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7079.80	8004.976	4381.509
	df	435	561	231
	Sig.	.000	.000	.000

เมื่อนำตัวแปรไปทำการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ (Principle Component Analysis) โดยใช้วิธีการหมุนแกนด้วยวิธีวารีแมกซ์ (Varimax Rotation) ที่มีค่าไอเกน (Eigen Value) ตั้งแต่ 1.0 ขึ้นไป ซึ่งผลการสกัดองค์ประกอบและการหมุนแกนขององค์ประกอบหลักทั้ง 3 ด้าน ได้องค์ประกอบรองทั้งสิ้น 11 องค์ประกอบรอง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการสกัดองค์ประกอบและการหมุนแกนขององค์ประกอบหลักทั้งสามด้านของผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า

องค์ประกอบ	ผลการสกัดองค์ประกอบภายหลังหมุนแกน		
	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม
1. ด้านความรู้			
1.1	9.399	31.330	31.330
1.2	6.964	23.213	54.543
1.3	4.289	14.295	68.838
1.4	3.172	10.575	79.413
2. ด้านทักษะ			
2.1	8.922	26.241	26.241
2.2	7.726	22.723	48.963
2.3	7.466	21.958	70.922
2.4	2.387	7.020	77.941
3. ด้านคุณลักษณะเฉพาะ			
3.1	8.674	39.426	39.426
3.2	4.619	20.995	60.421
3.3	3.372	15.329	75.750

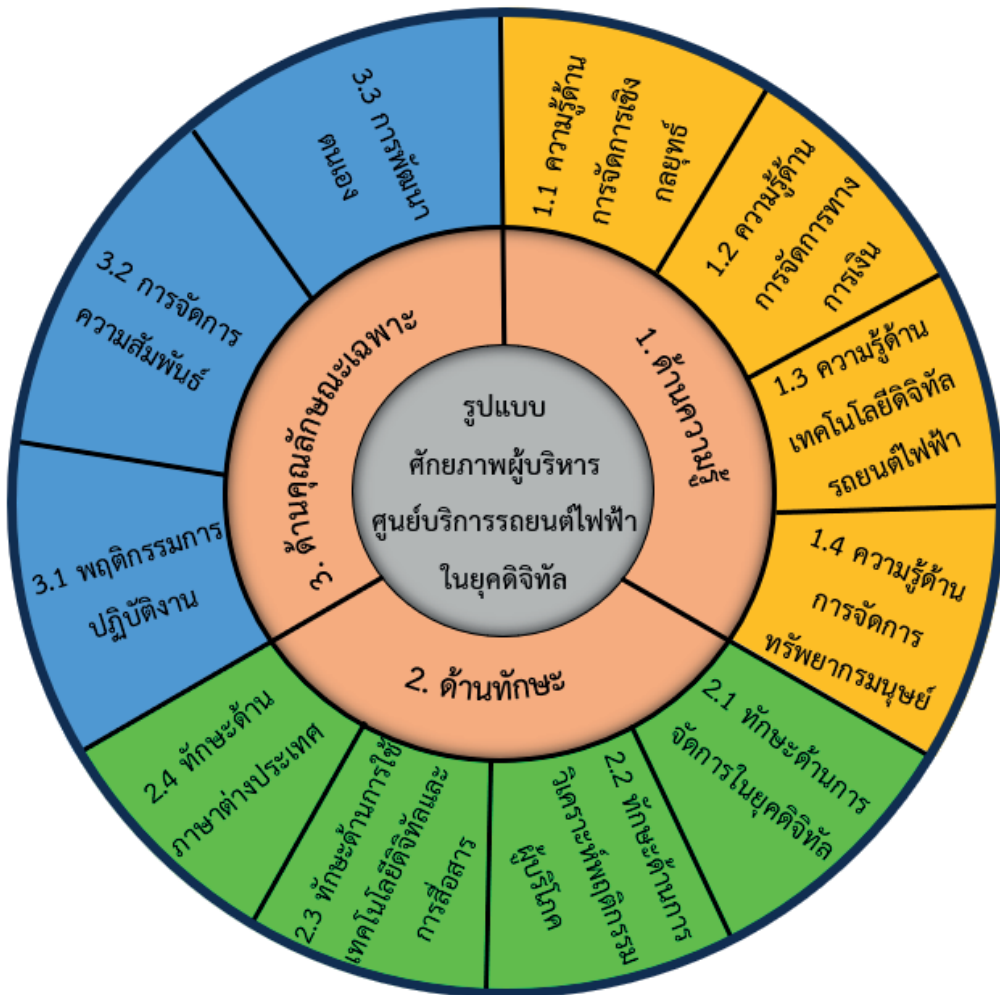
3.3 ผลการพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล พบว่าองค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลมีองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบรองที่สามารถนำมาใช้ในการกำหนดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 องค์ประกอบและค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ ตามองค์ประกอบหลักในแต่ละด้านของการพัฒนารูปแบบ ศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

องค์ประกอบหลัก	ชื่อองค์ประกอบรอง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบรอง
ด้านความรู้ (Knowledge)	ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์	0.572 – 0.839
	ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน	0.608 – 0.846
	ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า	0.585 – 0.766
	ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์	0.557 – 0.793
ด้านทักษะ (Skill)	ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล	0.549 – 0.780
	ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า	0.558 – 0.829
	ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร	0.540 – 0.784
	ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ	0.933 – 0.935
ด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attribute)	พฤติกรรมการทำงาน	0.621 – 0.799
	การจัดการความสัมพันธ์	0.593 – 0.869
	การพัฒนาตนเอง	0.603 – 0.815

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลจาก ตารางที่ 4 พบว่า องค์ประกอบหลักด้านความรู้ (Knowledge) สามารถจัดองค์ประกอบรองได้ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน 3) ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า และ 4) ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ประกอบหลักด้านทักษะ (Skill) สามารถจัดองค์ประกอบรองได้ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล 2) ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสื่อสาร และ 4) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และองค์ประกอบหลักด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attribute) สามารถจัดองค์ประกอบรองได้ 3 ด้านดังนี้ 1) ด้านพฤติกรรมการทำงาน 2) ด้านการจัดการความสัมพันธ์ และ 3) ด้านการพัฒนาตนเอง และสามารถนำองค์ประกอบทั้งหมดมาเขียนเป็นรูปแบบได้ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล จากการวิจัยทำให้ได้คู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล โดยมีส่วนประกอบดังนี้

ส่วนที่ 1 บทนำ ประกอบด้วย 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 2. รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล 3. หลักการ 4. เป้าหมาย 5. จุดมุ่งหมายของหลักสูตร 6. ผู้เข้ารับการฝึกอบรม 7. ระยะเวลาการฝึกอบรม 8. โครงสร้างและขอบข่ายเนื้อหาของหลักสูตร 9. ขอบข่ายหัวข้อเนื้อหาของหลักสูตร 10. สื่อที่ใช้ในการพัฒนา 11. การบูรณาการเรียนรูสู่การปฏิบัติจริง 12. รูปแบบการถ่ายทอด 13. การประเมินผลการพัฒนา

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 1. แนวทางการดำเนินการพัฒนา 2. การดำเนินการสำหรับวิทยากร 3. กระบวนการพัฒนา

ส่วนที่ 3 แนวทางการดำเนินงาน มีแนวทางในการศีกษาภาพผู้บริหารศูนย์การรถยนต์ไฟฟ้า โดยการพัฒนา ศักยภาพทั้ง 11 ด้าน ดังนี้ 1. ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) 2. ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน (Financial Management) 3. ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า (Digital Technology in Electric Vehicles) 4. ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) 5. ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล (Management in the Digital Age) 6. ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior Analysis) 7. ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร (Digital and Communication Technology) 8. ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ (Foreign Languages) 9. พฤติกรรมการปฏิบัติงาน (Work Behavior) 10. การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management) 11. การพัฒนาตนเอง (Self-Development)

4. อภิปรายผลและสรุป

4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้ายุคดิจิทัล

จากการวิจัย สรุปได้ดังนี้ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ประกอบไปด้วย องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ดังนี้ ด้านความรู้ (Knowledge) มีองค์ประกอบรอง 4 องค์ประกอบคือ 1) ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน 3) ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า และ 4) ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่วนองค์ประกอบหลักด้านทักษะ (Skill) ประกอบด้วยองค์ประกอบรอง 4 องค์ประกอบคือ 1) ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล 2) ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสื่อสาร และ 4) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และองค์ประกอบหลักด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attribute) ประกอบด้วยองค์ประกอบรอง 3 องค์ประกอบคือ 1) ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงาน 2) ด้านการจัดการความสัมพันธ์ และ 3) ด้านการพัฒนาตนเอง

การพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล องค์ประกอบหลักด้านความรู้ (Knowledge) สามารถแบ่งได้ 4 องค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน 3) ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า และ 4) ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษดา เดชาติพาโชติและคณะ (2566) [5] ได้ศึกษา การพัฒนารูปแบบศักยภาพผู้บริหารโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหาร ขนาดย่อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า สมรรถนะหลักของผู้บริหารโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาหารขนาด ย่อมที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบไปด้วย 14 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ 2) การกำหนดตัวชี้วัดที่ชัดเจน 3) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ 4) การปรับตัวเชิงรุกพร้อมรับการ เปลี่ยนแปลง 5) การรู้จักตนเองและเข้าใจผู้อื่น 6) การสื่อสารเพื่อประสานความร่วมมือ 7) การพัฒนาทีมงานเพื่อแก้ปัญหา ที่ซับซ้อน 8) การบริหารการเปลี่ยนแปลง 9) การบริหารต้นทุน 10) การบริหารธุรกิจสู่ความยั่งยืน 11) การสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้า 12) การสร้างมาตรฐานการทำงาน 13) การบริหารงานเชิงกลยุทธ์ 14) การบริหารความเสี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของปิตัสณห์ อินทพิชัย (2563) [6] ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบสมรรถนะผู้บริหารด้าน



ความปลอดภัยในการก่อสร้างอุตสาหกรรมระบบราง ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารด้านความปลอดภัยในการก่อสร้างอุตสาหกรรมระบบราง มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skill) ด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attribute) ซึ่งองค์ประกอบย่อยด้านความรู้ คือ 1. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการแผนงานด้านความปลอดภัยในองค์กร 2. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานก่อสร้าง 3. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อมในงานก่อสร้าง 4. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยในการก่อสร้าง และ 5. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เป็นองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีและการจัดการความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัย ของกิติกาญจน์ โกมลวิทย์ (2565) [7] ที่ได้ทำการศึกษา สมรรถนะของผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรม: การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจโรงแรม ในส่วนของสมรรถนะด้านความรู้ ประกอบไปด้วย ความรู้พื้นฐานในงานจัดการทรัพยากร ความรอบรู้ในธุรกิจของความรู้พื้นฐานทางการตลาด ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการทำงาน ความรู้พื้นฐานด้านกฎหมายแรงงาน ในส่วนของสมรรถนะด้านทักษะ ประกอบด้วยสมรรถนะย่อย ดังนี้ การใช้ดิจิทัล การคิดวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทักษะภาษาและการสื่อสาร การคิดเชิงกลยุทธ์ การวางแผนและจัดการงาน การจัดการความขัดแย้ง การทำงานเป็นทีม การสร้างความผูกพันต่อองค์กรของ การจัดการความหลากหลายของบุคลากร และ สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยสมรรถนะย่อยต่อไปนี้ จริยธรรมในการปฏิบัติงานด้านทรัพยากร ผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความคิดแบบเติบโต และวุฒิภาวะทางอารมณ์

การพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล องค์ประกอบหลักด้านทักษะ (Skill) สามารถแบ่งได้ 4 องค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล 2) ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร และ 4) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัชวาลวิชัย รักชัยฤกษ์และคณะ (2565) [8] ได้ศึกษา รูปแบบการพัฒนาศักยภาพหัวหน้างานสายการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาศักยภาพหัวหน้างานสายการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ องค์ประกอบด้านทักษะการบริหารเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบด้านการพัฒนาทักษะการบริหารจัดการ องค์ประกอบด้านการวางแผนเชิงปฏิบัติการ องค์ประกอบด้านความสามารถและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ องค์ประกอบด้านแนวคิดและทักษะนวัตกรรม องค์ประกอบด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์ตัดสินใจ องค์ประกอบด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมและองค์ประกอบด้านการสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานของอัมภารณ์ พิรวณิชกุล และคณะ (2022) [9] ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสถานบริการน้ำมันเพื่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารสถานบริการน้ำมันมี 7 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านการขายการตลาด ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการบัญชีการเงิน ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านกฎหมายและความปลอดภัย และปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

การพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล องค์ประกอบหลักด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attribute) สามารถแบ่งได้ 3 องค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ด้านพฤติกรรมในการปฏิบัติงาน 2) ด้านการจัดการความสัมพันธ์ และ 3) ด้านการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ralf & J. Rodney (2010) [10] ได้ศึกษาสมรรถนะ ทักษะและ

สมรรถนะด้านภาวะผู้นำเพื่อความสำเร็จของโครงการ ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะด้านภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์โดยตรง กับการสำเร็จของโครงการ ทักษะคิดของผู้จัดการโครงการมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความสำเร็จของโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะคิดที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยความสำเร็จของโครงการจะสัมพันธ์กับทักษะคิดที่ผสมผสานกับความฉลาดทางอารมณ์ของผู้จัดการโครงการ สอดคล้องกับงานของประสิทธิ์ ฉัตรแสงอุทัย (2557) [11] ที่ได้ศึกษา รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารองค์กรธุรกิจในประเทศมาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการจัดทำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารองค์กรธุรกิจในประเทศมาเลเซียในด้านคุณลักษณะในการปฏิบัติงานในต่างประเทศประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีจริยธรรม 2) การคิดเชิงบวกในการไปปฏิบัติงานต่างประเทศ 3) การมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ และ 4) การให้เกียรติผู้อื่น

4.2 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า

องค์ประกอบศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ได้แก่ องค์ประกอบหลักด้านความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยองค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ 2) ความรู้ด้านการจัดการทางการเงิน 3) ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลรถยนต์ไฟฟ้า และ 4) ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ องค์ประกอบหลักด้านทักษะ (Skill) ประกอบด้วยองค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ทักษะด้านการจัดการในยุคดิจิทัล 2) ทักษะด้านการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 3) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร และ 4) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ องค์ประกอบหลักด้านคุณลักษณะเฉพาะ (Attributes) ประกอบด้วยองค์ประกอบรอง ดังนี้ 1) ด้านพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงาน 2) ด้านการจัดการความสัมพันธ์ และ 3) ด้านการพัฒนาตนเอง โดยผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสนทนากลุ่มมีความคิดเห็นว่ามีรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าความเหมาะสม

4.3 ผลการจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล

ผลการจัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล พบว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วย และยอมรับความเหมาะสมของเนื้อหาของคู่มือทุกหัวข้อ แสดงให้เห็นว่ารายละเอียดของคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล มีเนื้อหาสมบูรณ์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

4.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากผลการวิจัยรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

4.4.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สามารถนำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลและคู่มือแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมได้

2) ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ต้องมีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนให้มีการนำแนวทางการพัฒนาผู้บริหารรถยนต์ไฟฟ้าไปปฏิบัติให้เกิดเป็นรูปธรรมและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง



3) ในการนำคู่มือการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าไปใช้ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องทำความเข้าใจในการใช้คู่มือในการดำเนินการ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

4) ผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้า ควรต้องมีการติดตามการนำแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัลไปใช้ เพื่อให้สามารถนำผลไปปรับปรุงประสิทธิภาพการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

4.4.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ไปสร้างมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อเป็นกรอบมาตรฐานเฉพาะในการปฏิบัติงาน เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าเป็นสินค้าที่ต้องมีการจัดการความปลอดภัยสูง

2) ควรมีการศึกษาเพื่อค้นหาสมรรถนะในการบริหารงานของผู้บริหารในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะที่แตกต่างกันและให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรม

5. องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัย พบว่าได้องค์ความรู้ใหม่ที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล โดยได้พัฒนารูปแบบศักยภาพซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะเฉพาะ โดยมีองค์ประกอบย่อยรวม 11 ด้าน ที่สามารถสะท้อนสมรรถนะที่จำเป็นของผู้บริหารในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งเป็นบริบทใหม่ที่ยังมีงานวิจัยจำกัด ทั้งนี้ งานวิจัยได้จัดทำคู่มือแนวทางการพัฒนาเชิงปฏิบัติการที่สามารถนำไปใช้จริงในระดับองค์กร อีกทั้งได้รับการรับรองความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านทรัพยากรมนุษย์และอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ถือเป็นการยืนยันถึงความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในภาคปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ องค์ความรู้ใหม่นี้ยังเป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดสมรรถนะของ McClelland ในบริบทเฉพาะของศูนย์บริการรถยนต์ไฟฟ้าในยุคดิจิทัล ซึ่งสามารถนำไปต่อยอดเป็นกรอบมาตรฐานวิชาชีพในอนาคต และสนับสนุนการกำหนดนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- [1] Soontronwipat, R., Wisuttiapet, S., & Boonyasopon, T. (2020). The Development of The Essential Competency Model for Manager in Next-Generation Automotive. *Journal of Business and Industrial Development*, 30(3), 547–555. (in Thai)
- [2] Silpcharu, T. (2020). *Research and Statistical Data Analysis with SPSS and AMOS* (9th ed.). Bangkok: SE-EDUCATION Public Company Limited. (in Thai)
- [3] Likert, R. (1993). *A Technique for The Measurement of Attitude*. Chicago: Rand McNally.
- [4] Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.



- [5] Dechatipachote, K., Yuphong, S., Ketsingha, W., & Poolkrajang, A. (2023). The Development of a Potential Model of Executives of The Small Food Manufacturing Factories to Increase Competitiveness. *Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi*, 5(1), 15–27. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/265799> (in Thai)
- [6] Inthapichai, P. (2020). *The Development of The Essential Competency Model for Safety Manager in Construction in The Railway Industry* [Unpublished doctoral dissertation]. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (in Thai)
- [7] Komonwit, K. (2022). *Competencies of Human Resources Executives in Hotel Business: Analysis Using Delphi Technique* [Unpublished master's thesis]. Silpakorn University. (in Thai)
- [8] Rakthanyakarn, C., Yuphong, S., Attavinijtrakarn, P., & Boonyasopon, T. (2022). The Development Model of Production Supervisor's Potential in Smart Electronics Industries. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 12(1), 16–30. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/258343> (in Thai)
- [9] Peerawanichkul, U., Siengchin, S., Boonyasopon, T., & Wisuttiapaet. S. (2022). The Development Model of Petrol Station Executives to Enhance Competitive Business in Digital Age. *Journal of MCU Peace Studies*, 10(4), 1809-1826. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/247883> (in Thai)
- [10] Müller, R., & Turner, J. R. (2010). Attitudes and Leadership Competences for Project Success. *Baltic Journal of Management*, 5(3), 307–329. <https://doi.org/10.1108/17465261011079730>
- [11] Chatsanguthai, P. (2014). *The Development Model of Potential Management to Work in ASEAN. Doctoral Dissertation* [Unpublished doctoral dissertation]. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (in Thai)