

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Leadership for change, knowledge management and responsibility to the society affecting success of medium and small enterprise of tapioca process industry in Northeast Region

ธัญชนก เจริญปัฐ*
ดวงสมร รุ่งสวรรค์โพธิ์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา ระดับของปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อศึกษาระดับ ของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ใน เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการวิจัยในครั้งนี้ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้ วิธีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับของปัจจัยความสำเร็จ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูป มันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยส่วนใหญ่มีค่าผลเฉลี่ยมอยู่ในระดับปานกลาง และระดับมาก 2.ระดับของความสำเร็จของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรม แปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในด้านผลสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม แปรรูปมันสำปะหลังในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับของปัจจัยผลสำเร็จในการ

*นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ สอนสุนันทา

**อาจารย์ที่ปรึกษา

ดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฯ 4 มิติ มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต โดยส่วนใหญ่มีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมการแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 3.2 ปัจจัยด้านการจัดการความรู้มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 3.3 ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 3.4 ปัจจัยทุกด้านมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01, 0.001 3.5 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงินของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3.6 ปัจจัยทุกด้านมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3.7 ปัจจัยทุกด้านมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 3.8 ปัจจัยด้านการจัดการความรู้และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง/การจัดการความรู้/ความรับผิดชอบต่อสังคม

Abstract

This research has the objectives :
 1) To study the level of success factors of medium and small enterprises of tapioca process industry in Northeast Region;
 2) To study the level of success of medium and small enterprises of tapioca process industry in Northeast Region and
 3) To study the factors affecting success of medium and small enterprises of tapioca process industry in Northeast Region. In this research, the researcher collected information from 400 samples. The researcher used mixed method between quantitative research and qualitative research.

Research result found that 1. Level of success factors of entrepreneurs of medium and small enterprises of tapioca process industry in Northeast Region, consists of three aspects of factors, including leaders of change, knowledge management and responsibility to the society, mostly the average values are in moderate level and much level. 2. Level of success of entrepreneurs of medium and small enterprises of tapioca process industry in Northeastern Region, regarding success of tapioca process industry entrepreneurs in Northeastern Region, the researcher studied about the level of success of tapioca process industry entrepreneurs in area of Northeastern Region; the researcher studied level of success factors in operation of industrial entrepreneurs in 4 dimensions/ views, including financial aspect, customer

aspect, internal process and learning and growth process. Mostly average value is in the much level. 3. Factors affecting success of medium and small entrepreneurs of tapioca process industry in Northeastern Region; the assumption test result is found that 3.1 Result of analysis of factors of leadership for change had result on success factors of entrepreneurs having statistical significance at levels of 0.05, 0.01 and 0.001. 3.2 Factor on knowledge management had result on success factor of entrepreneurs having statistical significance at levels of 0.05, 0.01 and 0.001. 3.3 Factor on social responsibility had result on success factors of entrepreneurs having statistical significance at levels of 0.05, 0.01 and 0.001. 3.4 Every aspect of factors had result on success factors of entrepreneurs having statistical significance at levels of 0.05, 0.01 and 0.001. 3.5 Change leadership factors and knowledge management factors affected the operation in financial views of entrepreneurs having statistical significance at level of 0.01. 3.6 Every aspect of factors and result on customer operation outcome having statistical significance at level of 0.001. 3.7 Every aspect of factors had result on internal process operation outcome having statistical significance at level of 0.001. 3.8 Knowledge management factors and social responsibility factors had result on operation outcome in views of knowledge and growth of entrepreneurs having statistical significance at level of 0.001.

Keywords: Leadership/knowledge management/responsibility to the society

บทนำ

มันสำปะหลังเป็นพืชทางการเกษตรที่เรียกว่าเป็นสินค้าส่งออกที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ในอดีตนิยมปลูกมันสำปะหลังเพื่อการบริโภคเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้กลายเป็นพืชที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก และก้าวเข้ามาเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอันดับหนึ่งของโลก ปัจจุบันทั่วโลกมีพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังโดยรวมประมาณ 117 ล้านไร่ ผลผลิตประมาณ 202.65 ล้านตัน หรือผลผลิตเฉลี่ย 1,752 กิโลกรัมต่อไร่ แหล่งเพาะปลูกขนาดใหญ่กระจายอยู่ในทวีปแอฟริกาประมาณ 75 ล้านไร่ ได้แก่ ประเทศไนจีเรีย ประเทศคองโก ประเทศกานา ประเทศแองโกลา และประเทศโมซัมบิก รองลงมาอยู่ในทวีปเอเชีย ประมาณ 25 ล้านไร่ โดยประเทศผู้ผลิตที่สำคัญคือ ประเทศไทย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศเวียดนาม ประเทศอินเดีย และสาธารณรัฐประชาชนจีน ในปี พ.ศ. 2557 ประเทศที่ผลิตมันสำปะหลังมากที่สุดของโลก คือ ประเทศไนจีเรีย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.5 รองลงมาได้แก่ ประเทศไทย ร้อยละ 11.2 ประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 9.6 ประเทศบราซิล ร้อยละ 9.4 ประเทศคองโก ร้อยละ 5.9 และประเทศอื่นๆ ร้อยละ 42.4 ตามลำดับ

ในด้านปริมาณและมูลค่าผลผลิตมันสำปะหลังพบว่าประเทศไทยเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจาก ประเทศไนจีเรีย และประเทศอินโดนีเซีย โดยในปี พ.ศ. 2555 ประเทศไทยมีผลผลิต 29,848,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,212,526 พันเหรียญสหรัฐ หรือ 68,765,308 พันบาท (องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ และกรมการค้าต่างประเทศ, 2557) ในด้านการส่งออกพบว่าประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์

มันสำปะหลังรายใหญ่ที่สุดของโลก มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 70 สำหรับตลาด ASEAN ประเทศไทยสามารถครองอันดับ 1 ในการส่งออกมาเป็นเวลานานกว่า 10 ปี และจากข้อมูลสถิติมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2557 พบว่าปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 37,457 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2552 เป็น 90,798 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 19 ต่อปี โดยผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังของไทย ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.2 ส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558; แหล่งที่มา [www :http://oac.go.th/ewt_news.php?nid.1949](http://oac.go.th/ewt_news.php?nid.1949))

นอกจากนี้ข้อมูลคณะสำรวจภาวะการผลิตและการค้ามันสำปะหลังฤดูการผลิตปี 2556/57 ของสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการค้ามันสำปะหลังประกอบด้วย สมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย สมาคมโรงงานผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย สมาคมโรงงานผู้ผลิตมันสำปะหลังภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสมาคมแปรรูปมันสำปะหลังไทย ร่วมกับ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และมูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทย พบว่าในช่วงฤดูการผลิตปี 2556/7 ไทยมีพื้นที่เก็บเกี่ยวรวมทั้งสิ้น 7.983 ล้านไร่ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 3.601 ตัน และผลผลิตรวม 28.746 ล้านตัน

จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตมันสำปะหลังขนาดใหญ่ของโลก ปัจจุบันขยายพื้นที่การปลูกมันสำปะหลังไปในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นับเป็นแหล่งเพาะปลูกมันสำปะหลังขนาดใหญ่ที่สุด

เนื่องจากมีเนื้อที่เพาะปลูกมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศครอบคลุมทั้ง 20 จังหวัด โดยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวมันสำปะหลังได้จำนวน 4,306,775 ไร่ และสามารถให้ผลผลิตรวม 14,850,800 ตัน ซึ่งพบว่าจังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เก็บเกี่ยวมากที่สุด จำนวน 1,564,295 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 3.780 ตัน ผลผลิตรวม 5,913,035 ตัน จังหวัดชัยภูมิ มีพื้นที่เก็บเกี่ยวรองลงมาจำนวน 365,931 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 3.480 ตัน ผลผลิตรวม 1,307,106 ตัน จังหวัดเลย มีพื้นที่เก็บเกี่ยวจำนวน 292,306 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 3.684 ตัน ผลผลิตรวม 1,076,855 ตัน จังหวัดอุบลราชธานี มีพื้นที่เก็บเกี่ยวจำนวน 288,846 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 3.519 ตัน ผลผลิตรวม 1,016,449 ตัน และจังหวัดอุดรธานี มีพื้นที่เก็บเกี่ยวจำนวน 217,231 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 3.361 ตัน ผลผลิตรวม 730,113 ตัน ตามลำดับ

การปลูกมันสำปะหลังมักพบปัญหาด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งจะเกิดผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์จากมันสำปะหลังและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ตลอดจนส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค และจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้มันสำปะหลังนำไปเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องในอุตสาหกรรมได้หลายชนิดด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในสองลักษณะ คือ แปรรูปมันสำปะหลังเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำไปบริโภคเป็นอาหารโดยตรง หรือใช้ในอุตสาหกรรมกระดาษ สิ่งทอ ยารักษาโรค อีกลักษณะหนึ่งคือ มันเส้นและมันอัดเม็ด เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปสำหรับนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ แอลกอฮอล์สำหรับนำมาบริโภค หรือใช้เป็นพลังงานทดแทน

กล่าวโดยสรุปว่าอุตสาหกรรมมันสำปะหลังของไทยประกอบด้วย การผลิตมันสำปะหลัง

อุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากการแปรรูป ผลผลิตหลักของอุตสาหกรรม แปรรูปมันสำปะหลัง คือ มันเส้น/มันอัดเม็ด และแป้งมันสำปะหลัง โดยมี

มูลค่าการส่งออกราวแสนล้านบาท แต่ผลิตภัณฑ์หลักที่ใช้ในประเทศก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องมูลค่ามากหลายเท่าตัว เช่น อุตสาหกรรมกระดาษ อุตสาหกรรมกระดาษ (ผงชูรส กรดไลซีน) และอุตสาหกรรมอาหารซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังมากกว่าล้านคน

จึงเป็นอุตสาหกรรมการเกษตรที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศมากทีเดียว จึงส่งผลให้ในปัจจุบันความต้องการใช้ประโยชน์จากมันสำปะหลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มันสำปะหลังจึงกลายเป็นพืชเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งที่รัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องให้ความสำคัญ และมีการกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเกี่ยวกับมันสำปะหลังมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อเกษตรกรและผู้ประกอบการเกี่ยวกับมันสำปะหลัง โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศ

จากวิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยเมื่อช่วงกลางปี 2540 ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ทั้งทางตรงและทางอ้อมหลายประการ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้ลดลง โดยเฉพาะธุรกิจในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ส่วนใหญ่ต้องปิดตัวหรือลดกำลังการผลิตลง ผลกระทบดังกล่าวได้ก่อให้เกิดภาระการเลิกจ้างแรงงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย ส่งผลให้เกิดปัญหาการว่างงานซึ่งถือเป็นปัญหาสำคัญทางสังคมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญเป็นกลุ่มที่ครอบคลุมแทบทุกอุตสาหกรรม ทั้งภาค

การผลิตและภาคการบริการ อีกทั้งยังมีส่วนที่ช่วยเพิ่มมูลค่าทางวัตถุดิบ สามารถช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ รัฐบาลในทุกยุคทุกสมัยจึงมีนโยบายชัดเจน ที่จะส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว แต่เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความรู้ ความเข้าใจด้านการจัดการค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยส่วนใหญ่เติบโตมาจากกิจการที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของคนเดียวแต่มีความขยันและสร้างตัวจนกิจการมีความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าสามารถขยายกิจการให้เติบโตไปพร้อมๆ กับทายาทที่เข้ามามีบทบาทร่วมกันบริหารและรับช่วงกิจการทำให้เกิดลักษณะรูปแบบการบริหารงานแบบ “ธุรกิจครอบครัว” หรือที่เรียกกันว่า “ระบบกงสี” ส่งผลให้การจัดการภายในองค์กร ไม่ได้เติบโตตามไปด้วย (วารุณี พันธศักดิ์, 2547)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากเป็นกระบวนการแปรรูปเป็นกระบวนการสำคัญที่สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังที่มุ่งเน้นตลาด (market orientation) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการให้บริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน การพัฒนาข้อมูลทางการตลาด และการสร้างตราสินค้าซึ่งจะนำมาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ กล่าวคือธุรกิจที่ให้บริการอย่างมืออาชีพจะทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ พนักงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กร การเกิดความแข็งแกร่งของตราสินค้า และความได้เปรียบด้านการ

แข่งขัน รวมถึงความสามารถในการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ (Appiah-Adu, Fyall & Singh, 2001; Parasuraman, 2002; Berry & Bendapudi, 2003; Matear, Gray & Garrett, 2004; Green, Inman, Brown & Willis, 2005) กล่าวได้ว่าการมุ่งเน้นตลาดจะส่งผลต่อการผูกพันกับองค์กร ความสามัคคีในองค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กร (Shoham, Rose & Kropp, 2005) และการวัดความสำเร็จของอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการแปรรูปอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง ผู้วิจัยต้องการศึกษาผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับมิติมุมมอง 4 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านการเงิน (financial perspective) (2) มิติด้านลูกค้า (customer perspective) (3) มิติด้านกระบวนการภายใน (internal business process perspective) และ (4) มิติด้านการเรียนรู้และการเติบโต (learning and growth perspective)

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัย 3 ประการ โดยปัจจัยแรก คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นลักษณะหนึ่งของผู้นำในหลายรูปแบบ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้นำที่มุ่งเปลี่ยนแปลงพนักงานทั้งในวิธีคิด วิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจและความมุ่งมั่น (Brown and Duguid, 1991; Harvey, Royal and Stout, 2003) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นบุคคลที่มีความเป็นผู้นำโดยกำเนิดเพื่อกระตุ้นให้พนักงานดึงเอาความสามารถเฉพาะตนที่แฝงอยู่ออกมาใช้ประโยชน์ในงาน ยอมรับฟังความคิดที่แตกต่างและคอยให้คำแนะนำและการสนับสนุน (Bass, 1999) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับผู้ตามทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

(Daft, 1999) จนบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายองค์กร (Bass and Avolio, 1994; Judge and Piccolo, 2004) ทำให้บุคคลการทำงานอย่างมีความสุข เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี (Dumdum et al., 2002; Judge and Piccolo, 2004) เพราะสามารถเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติและสร้างแรงบันดาลใจของผู้ตาม เกิดการตระหนักในเรื่องภารกิจ วิสัยทัศน์ขององค์กรมีการพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ความสามารถที่สูงขึ้น ทำให้สามารถสร้างผลงานได้เกินกว่าเป้าหมายที่ต้องการ (Bass and Avolio, 1994) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational leadership) มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร (Rhoades et al., 2002; Avolio et al., 2004; Chih and Lin, 2008) มีอิทธิพลต่อความยุติธรรมในองค์กร (Organization Justice; OJ) (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2548; Vigoda-Gadot, 2007) และมีอิทธิพลต่อการเป็นพนักงานที่ดีอีกด้วย (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2548; Vigoda-Gadot, 2007; Piercy, Cravens, Lane and Vorhies, 2006; Asgari et al., 2008; Walumbwa, Luthans and Aveyand Oke, 2009) การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformational leadership) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวแปร 3 ตัวแปร คือ (1) การมีบารมี (charisma หรือ idealized influence) (2) การกระตุ้นการใช้ปัญญา (intellectual stimulation) และ (3) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (individualized consideration)

ปัจจัยที่สองที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง คือ การจัดการความรู้ขององค์กร (knowledge management) เป็นสิ่ง

สำคัญขององค์การภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา การจัดการความรู้พัฒนาการจากสังคมยุคดิจิทัลบรรพ์เข้าสู่สังคมเกษตรกรรม และปัจจุบันเป็นสังคมฐานความรู้ (Knowledge-Based Society) ตามแนวคิดทฤษฎีการสร้างความรู้ (Knowledge Creation) ของ Takeuchi and Nonaka, (1986) กล่าวว่าการสร้างความรู้แบ่งเป็นความรู้ในบุคคล (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลและความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในเอกสารและทฤษฎีทวนทางปัญญาของ Leif Edvinsson (1997) กล่าวว่าทุนทางปัญญาประกอบด้วย ทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นความสามารถของบุคคลในองค์กรที่ปฏิบัติงานได้ เนื่องมาจากความรู้ ความชำนาญ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ส่วนทุนโครงสร้าง (Structure Capital) เป็นพื้นฐานที่ช่วยสนับสนุนทุนมนุษย์ระบบจะช่วยในการทำงานของพนักงานได้ลุล่วงตามที่ตั้งไว้ ทั้งในด้านคู่แข่ง ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ และด้านการแข่งขันที่ต้องให้ความสำคัญกับลูกค้า (Picot, 1998) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจที่จะเป็นแนวทางนำไปสู่ผลสำเร็จขององค์การ นอกจากนี้เครือข่ายธุรกิจยังเป็นปัจจัยที่สนับสนุนการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้อย่างต่อเนื่องแก่ผู้ประกอบการ และนำไปสู่ความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (Vickery, Calantone & Droge, 1999) การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแปรรูปมันสำปะหลังฯ นี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวแปร 6 ตัวแปร คือ (1) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (2) การสื่อสาร (3) กระบวนการ (4) การฝึกอบรม (5) การวัดผล

และ (6) การยกย่องชมเชย

ปัจจัยสุดท้ายที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังเป็นผลมาจาก ความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate social responsibility: CSR) เป็นแนวคิดที่ภาคเอกชนดำเนินการสนับสนุนให้สังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสิ่งแวดล้อมสะอาด ผ่านกระบวนการจัดการการปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรด้วยความสมัครใจ (European Commission, 2001) ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเป็นสิ่งที่มีการกล่าวถึงกันมากทั่วโลกว่าเป็นแนวทางการที่เหมาะสมในการประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพราะเชื่อมั่นว่าการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและมีความรับผิดชอบต่อสังคมจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลายทั้งที่เป็นนามธรรม และรูปธรรม อาทิเช่น สร้างภาพพจน์ที่ดี เพิ่มมูลค่าตราสินค้า และสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร (Bevan et al., 2004; Schaltegger & Burritt, 2005; Weber, 2008) สามารถเป็นแหล่งของโอกาสและขยายความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Porter & Kramer, 2006; Stephenson, 2009; Weber, 2008) ตลอดจนช่วยองค์กรในการลดและจัดการความเสี่ยงจากการเผชิญกับแรงกดดันทางสังคมและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ (Bevan et al., 2004; Schaltegger & Burritt, 2005) ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทกำลังจะกลายเป็นเกณฑ์มาตรฐานและแนวปฏิบัติขององค์กรธุรกิจที่ต้องดำเนินการอย่างมีคุณธรรมต่อสังคม (Cheng & Ahmad, 2010) จึงกล่าวได้ว่าปัจจุบันแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีความยั่งยืนภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและหลากหลายในปัจจุบัน การศึกษาวิจัยแนวคิดความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคม (Corporate social responsibility: CSR) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแปรรูปมันสำปะหลังนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวแปร 7 ตัวแปร ได้แก่ (1) ประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม (2) ด้านสิทธิมนุษยชน (3) ด้านมาตรฐานแรงงาน (4) ด้านสิ่งแวดล้อม (5) ด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน (6) ด้านผู้บริโภค และ (7) ด้านหลักธรรมาภิบาล จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” โดยศึกษากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูป มันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs กับกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีองค์ประกอบที่ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษา ดังนี้

1) ปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย การมีบารมี การกระตุ้นการใช้ปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

2) ปัจจัยการจัดการความรู้ ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสาร กระบวนการฝึกอบรม การวัดผล และการยกย่องชมเชย

3) ปัจจัยความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วยประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านมาตรฐานแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ด้านผู้บริโภค และด้านหลักธรรมาภิบาล

ผลของการศึกษาจะได้ข้อค้นพบที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดมาตรการเชิงนโยบาย การวางแผนการบริหารงานและการติดตามผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูป

มันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้บังเกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เพื่อศึกษาระดับของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง โดยสามารถนำรูปแบบการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการอันจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้ทำให้รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำไปจัดทำเป็นองค์ความรู้ และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการ

ศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยประชากรที่ใช้คือพนักงานระดับปฏิบัติการ ในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีจำนวน 2,500 คน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามคือพนักงาน ระดับปฏิบัติการในสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ซึ่งคำนวณค่าสัดส่วนของจำนวน สถานประกอบการในแต่ละจังหวัดต่อจำนวนสถาน ประกอบการทั้งหมด เป็นจำนวน 100 แห่ง จำนวน ทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลาย ขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ คือ สถิติพรรณนา

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

สรุปข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 50.4 เป็น เพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 36 – 45 ปี ร้อยละ 39.6 ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.4 มีรายได้ต่อเดือน 8,000 – 15,000 บาท ร้อยละ 51.4 และปฏิบัติงานระหว่าง 6 – 10 ปี คิดเป็น ร้อยละ 38.7

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 ประกอบ ด้วยปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคม สรุปผลได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยศึกษา ระดับปัจจัยของผู้นำการเปลี่ยนแปลง 3 ด้าน ได้แก่ การมีบารมี การกระตุ้นการใช้ปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ดังนี้ **ระดับการมีบารมี** ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการมีบารมีของผู้นำ

การเปลี่ยนแปลงมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก **ระดับการกระตุ้นการใช้ปัญญา** ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญาของผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง **ระดับการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล** ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลของผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. การจัดการความรู้ โดยศึกษาระดับ ปัจจัยของการจัดการความรู้ 6 ด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสาร กระบวนการจัดการความรู้ การฝึกอบรม การวัดผล และการยกย่องชมเชยสรุปได้ดังนี้**ระดับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก**ระดับการสื่อสาร** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านการสื่อสารมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก **ระดับกระบวนการจัดการความรู้** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านกระบวนการจัดการความรู้มีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก **ระดับการฝึกอบรม** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านการฝึกอบรมมีค่าผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก **ระดับการวัดผล** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านการวัดผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก **ระดับการยกย่องชมเชย** ผลการศึกษาพบว่าระดับการจัดการความรู้ด้านการยกย่องชมเชยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยศึกษา ระดับปัจจัยของความรับผิดชอบต่อสังคม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านมาตรฐานแรงงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ด้านผู้บริโภค และด้านหลักธรรมาภิบาล ดังนี้ **ระดับประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม**

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการจัดการความรู้ในด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในทางบวก ในระดับปานกลางและสูงมาก ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 ด้านการวัดผล มีผลต่อปัจจัยด้านความสำเร็จ ในทางลบ ในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 และด้านกระบวนการ มีผลต่อปัจจัยด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในทางบวก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และการฝึกอบรม รวมถึงด้านการยกย่องชมเชย ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านความสำเร็จของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลของผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ได้ร้อยละ 9.13

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฯ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการต่อต้านคอร์รัปชัน และด้านหลักธรรมาภิบาล 10 ประการ มีผลต่อปัจจัยด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลัง ในทางบวก ที่ระดับปานกลางและค่อนข้างสูง ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05, 0.01, 0.001 หนึ่งในด้านประเภทของความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านสิทธิมนุษยชน ด้านมาตรฐานแรงงาน และด้านผู้บริโภค ไม่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลของผลของปัจจัยความสำเร็จ ได้ร้อยละ 8.15

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้าน ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฯ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่งผลในทางลบ ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01, 0.001 และปัจจัยด้านการจัดการความรู้และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีผลต่อปัจจัยด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการฯส่งผลในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01, 0.001

5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้าน ที่มีผลต่อการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงินของผู้ประกอบการ แต่ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงินของผู้ประกอบการ โดยส่งผลในทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.441, 0.565 อยู่ในระดับปานกลาง และค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยที่ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงินของผู้ประกอบการมากกว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวนี้สามารถอธิบายความผันแปรของผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงินของผู้ประกอบการ ได้ประมาณร้อยละ 55.5 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.25584 สามารถเขียนเป็นสมการเชิงเส้นในการพยากรณ์ดังนี้

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้าน ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านลูกค้าของ

ผู้ประกอบการ โดยส่งผลในทิศทางลบ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.32 อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนปัจจัยด้านการจัดการความรู้ และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่งอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านลูกค้าของผู้ประกอบการ ในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.731, 0.968 อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวนี้สามารถอธิบายความผันแปรของผลการดำเนินงานในมุมมองด้านกระบวนการภายในของผู้ประกอบการ ได้ประมาณร้อยละ 96.8 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.118

7. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้าน ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านกระบวนการภายในของผู้ประกอบการ โดยส่งผลในทิศทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.644, 0.557 อยู่ในระดับค่อนข้างสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แต่ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านกระบวนการภายในของผู้ประกอบการ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.497 อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวนี้สามารถอธิบายความผันแปรของผลการดำเนินงานในมุมมองด้านกระบวนการภายในของผู้ประกอบการ ได้ประมาณร้อยละ 64.7 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.242

8. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้าน ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการ

เจริญเติบโต ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ แต่ปัจจัยด้านการจัดการความรู้และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ โดยส่งผลในทางบวก ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.686, 0.151 อยู่ในระดับค่อนข้างสูงและระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยที่ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ มากกว่าปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม โดยปัจจัยดังกล่าวนี้สามารถอธิบายความผันแปรของผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ ได้ประมาณร้อยละ 80.6 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.189

อภิปรายผล

ผลการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ค่อนข้างต่ำ การที่ผลการศึกษาคือเป็นเช่นนี้ เพราะผู้นำในองค์กรมีความสำคัญมาก เปรียบเสมือนเป็นหลักในการทำงาน เป็นผู้ที่ให้แนวคิด เป็นผู้สั่งการ เป็นผู้แก้ไขปัญหาร่วมกับพนักงาน เป็นทั้งผู้พูดและผู้ฟังพร้อมให้เหตุผลในการสนับสนุนการทำงาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ในด้านการสร้างบารมี การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล และการกระตุ้นการใช้ปัญญา ให้แก่พนักงานในองค์กรมีความจำเป็นมาก เพราะการทำงานเราทำงานเป็นทีม แต่ละคนมีความคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน การมีผู้นำจะเป็นเหมือนใบเรือที่คอย

ขับเคลื่อนและกำหนดทิศทางในการทำงาน โดยผู้นำที่ดีต้องเข้าใจในพฤติกรรมของพนักงาน แต่ละคน มอบอิสระในการทำงานแต่คอยติดตามผลการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ แบส (Bass, 1985) กล่าวว่าผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำการเปลี่ยนระดับความต้องการของผู้ตาม โดยจะยกระดับความต้องการของผู้ตามเกี่ยวกับความมั่นคงและความพอใจไปสู่ระดับความต้องการที่สูงขึ้น เพื่อการยอมรับความสำเร็จและการกระทำที่ผู้ตามปรารถนา ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำให้ผู้ตามเชื่อถือ ยกย่อง จงรักภักดีต่อผู้นำ และผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะกระตุ้นผู้ตามให้ทำงานมากกว่าปกติ ซึ่งผู้นำจะสามารถเปลี่ยนแปลงผู้ตามได้ดังนี้ (1) ยกระดับความตระหนักของผู้ตามถึงความสำคัญและคุณค่าของการปฏิบัติงาน และวิธีการที่จะช่วยให้ทำงานได้ประสบความสำเร็จ (2) ทำให้ผู้ตามเห็นความสำคัญของการมุ่งประโยชน์ส่วนตัวมาเป็นการทำงานเพื่อมุ่งประโยชน์ขององค์กรให้มากขึ้น โดยผู้นำจะสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา การท้าทาย และการมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งการพัฒนาซึ่งจะทำให้เกิดการปฏิบัติงานได้สูงขึ้น และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิชีและเดวานนา (Trichy and Devenna, 1986 อ้างถึงใน ประยุทธ์ ชูสอน, 2548: 19-22) ได้ศึกษาผู้นำในองค์กรใหญ่ๆ ซึ่งแตกต่างกัน โดยกันสัมพันธ์ผู้นำและผู้ปฏิบัติงานนั้นๆ การศึกษาเน้นไปที่ว่าผู้นำจะต้องปรับเปลี่ยนหรือแปลงรูป (Transform) จากการศึกษา ทิชีและเดวานนา ได้อธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงรูปองค์การ พฤติกรรมที่สนับสนุนกระบวนการเปลี่ยนรูปรวมทั้งคุณลักษณะและทักษะของผู้นำด้วยกระบวนการจะเน้นให้เห็นตามลำดับ ตั้งแต่ความรู้ถึงความต้องการในการเปลี่ยน การสร้างวิสัยทัศน์ใหม่ ที่ต้องการเปลี่ยนแปลง และการให้องค์การสนับสนุนหรือผลักดันให้มีความเปลี่ยนแปลงตามความต้องการ

ผลการศึกษาด้านการจัดการความรู้ ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนั้นเพราะองค์กรได้จัดให้มีระบบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของพนักงานทั้งการแลกเปลี่ยนทัศนะระหว่างพนักงาน และแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน ทั้งจากการประสานงานฝ่ายหัวหน้าแผนกแต่ละแผนก หรือจากการฝึกอบรมของกลุ่มพนักงาน อีกทั้งบริษัทยังมีการจัดเก็บองค์ความรู้จากการทำงานที่ผ่านมาทั้งจากข้อผิดพลาดและผลสำเร็จจากการจากดำเนินงาน ความรู้ที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากหัวหน้าที่ทำงานมานานและยังมีแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อพนักงานในรูปแบบของรายงานการปฏิบัติงานที่ถือว่าเป็นข้อมูลความรู้ที่มีให้แกพนักงาน ดังนั้นเมื่อมีการเก็บข้อมูลต่างๆ จากฐานข้อมูลของบริษัทแล้วสามารถนำความรู้ที่มีมาสร้างสรรคงานให้เกิดงานใหม่ๆ หรือรูปแบบการทำงานใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Carla O'Dell และ Jackson Grayson (อ้างถึงใน บุรชัย ศิริมหาสาร 2550: 10) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์ในการที่จะทำให้คนได้รับความรู้ที่ต้องการภายในเวลาที่เหมาะสม รวมทั้งช่วยทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและนำความรู้ไปปฏิบัติ เพื่อยกระดับและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร และยังสอดคล้องกับการศึกษา ของ Sallis and Jones (2002) ได้ศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการจัดการความรู้ในองค์การพบว่า องค์ประกอบด้านวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์การ องค์การแห่งการ เรียนรู้ ภาวะผู้นำและการจัดการ ทีมงานและทีมการเรียนรู้ กระบวนการในการแบ่งปันความรู้ การสร้างสรรคความรู้และการความชำนาญ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งเสริมให้การจัดการความรู้ใน องค์การ

ประสบความสำเร็จ โดยองค์ประกอบด้านวิสัยทัศน์ และภาวะผู้นำของผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการกำหนดความรู้ที่สำคัญไว้ในองค์การ

ผลการศึกษาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง การที่ผลการศึกษากลับเป็นเช่นนี้ เพราะ องค์การได้มีระบบการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างเป็นระบบเพื่อลดมลภาวะในอากาศ แต่สิ่งที่ยังเป็นปัญหาต่อธรรมชาติคือเรื่องกลิ่นอันไม่พึงประสงค์จากการตากมันสำปะหลังที่ต้องตากกลางแจ้ง ทำให้กลิ่นนั้นเป็นมลพิษต่อสังคมโดยรอบ ซึ่งในองค์การก็สนับสนุนให้พนักงานนั้นได้ตระหนักถึงเรื่องสุขภาวะจากกลิ่นนี้โดยการแจกผ้าปิดจมูกก่อนการปฏิบัติงาน กลิ่นของมันสำปะหลังยังเป็นปัญหาที่ยังไม่มีวิธีกำจัดให้หายขาดได้ ทำได้คือการแยกกลิ่นมันออกจากพื้นที่ชุมชนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและประชาชนทั่วไป อนึ่งองค์การก็ได้จัดการระบบจัดเก็บและทำลายสิ่งปฏิกูลอื่นให้ตรงตามมาตรฐาน ISO 2006 ที่เป็นมาตรฐานการจัดตั้งอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงต่อสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ Emirates Environmental Group (EEG) (2008) ที่กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมคือ การจัดการธุรกิจแบบมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ หมายถึงการมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมโดยการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและเคารพสิทธิของแต่ละบุคคล และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กัญญรัตน์ หงส์วรรณท (2555) ได้ศึกษาการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม : กลยุทธ์และโอกาส ขององค์กรธุรกิจประเทศกำลังพัฒนาในสังคมพลวัต มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอ

ว่าทำไมองค์กรธุรกิจกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาควรนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรให้มีความสอดคล้องกับองค์การมาตรฐานโลก และเพื่อเสนอถึงกลยุทธ์การดำเนินงานตามแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจสามารถสร้างความคุ้มค่าด้านผลกำไรและความคุ้มค่าด้านภาพลักษณ์ในสังคมพลวัตได้เพียงใด โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์จากงานวิจัยกลุ่มเนสท์เล่ในประเทศอินเดียและกลุ่มธุรกิจประเทศไทย ที่นำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้ในการกระบวนการบริหารจัดการ ซึ่งประโยชน์ที่ได้ประกอบไปด้วยการ ทำให้ชื่อเสียงองค์กรเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้น โอกาสการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร การเพิ่มแรงจูงใจต่อพนักงานในการพัฒนาองค์กรความภักดีและความพึงพอใจของลูกค้าการลดต้นทุนการดำเนินงาน การลดความเสี่ยงทางธุรกิจ และการลดเงื่อนไข หรือข้อบังคับทางกฎหมายต่อองค์กร จึงนับเป็นโอกาสที่ดีต่อธุรกิจประเทศ กำลังพัฒนาที่ทำให้กำไรและภาพลักษณ์องค์กรได้รับการยอมรับเป็นที่จดจำ และเท่ากับช่วยลดต้นทุนการโฆษณาขององค์กรได้ในระยะยาว

สรุปผลการสัมภาษณ์พนักงานระดับปฏิบัติงาน หัวหน้าแผนก ผู้จัดการ/เจ้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง ในด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยพนักงานระดับปฏิบัติการให้ทัศนะว่า การทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการให้ความสำคัญในการพัฒนางานให้ประสบความสำเร็จ โดยการยึดในระเบียบขององค์กรเพื่อพัฒนางานให้ประสบผลสำเร็จโดยการนำความรู้มาพัฒนาตนเอง ระบบงาน และแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้ประผลสัมฤทธิ์สูงสุด และนำความสามารถในการ

พัฒนาตนเองนั้นมาพัฒนาองค์กรเพื่อให้องค์กรได้บรรลุวัตถุประสงค์นั้นหมายถึงเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งองค์กรได้กำหนดขอบเขตและแนวทางการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน องค์กรได้สนับสนุนให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเสมอมาถึงความเอาใจใส่ถึงศักยภาพของพนักงาน แต่ในด้านภาวะผู้นำขององค์กรแต่ละแผนกมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เพราะบางครั้งนโยบายขององค์กรกับการสั่งงานนั้นมีความแตกต่างกันเพราะการสั่งงานของผู้บริหารต้องการให้การทำงานของพนักงานเป็นไปตามความคาดหวังของตนเอง ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในบางครั้งเพราะพฤติกรรมของผู้บริหารมีความแตกต่างกัน มีความคาดหวังแตกต่างกัน ทำให้การทำงานมีทิศทางที่ไม่สอดคล้องกัน ซึ่งทัศนะของหัวหน้า ผู้บริหาร และเจ้าของสถานประกอบการ พบว่า มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าการทำงานหาไม่มีการพัฒนาตนเองของพนักงานจะทำให้การทำงานของพนักงานเป็นไปตามเป้าประสงค์ขององค์กร ที่มีการกำหนดการทำงานไว้เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานตามระเบียบ ตามเป้าหมาย เมื่อพนักงานปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กรนั้นหมายความว่าผลการดำเนินงานขององค์กรก็จะประสบความสำเร็จด้วย เมื่อกล่าวถึงเรื่องของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงผู้ประกอบการให้มีความคิดเห็นแตกต่างกับพนักงานระดับปฏิบัติการ เนื่องจากการทำงานของผู้บริหารได้กำหนดเป้าหมายที่ระบุความสำเร็จของงานอย่างชัดเจนซึ่งจะกล่าวว่าการทำงานในบางครั้งพนักงานเห็นแก่ความสะดวกสบายของตนเองมากเกินไปจนลืมเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ปัจจัยด้านกาวางแผนกลยุทธ์ ปัจจัยด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาในครั้งนี้ โดยข้อค้นพบที่ได้จะนำไปเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตประชากรและพื้นที่ที่ศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมแปรรูปมันสำปะหลังในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาในขอบเขตประชากรและพื้นที่อื่นๆ โดยข้อค้นพบที่ได้จะนำไปเปรียบเทียบให้เห็นถึงสภาพและปัจจัยเชิงสาเหตุที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มประชากรและพื้นที่ ที่ศึกษา

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ ซึ่งจะทำให้สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่างๆ ที่ทำการศึกษาได้มากขึ้น รวมทั้งการวิเคราะห์นี้จะช่วยตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ขึ้นอันจะทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการมากยิ่งขึ้น

4. การวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะเพิ่มเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพที่เข้มข้นมากกว่าในครั้งนี้อย่างไรก็ตามการนำเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก มาใช้ในการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างสมมุติฐานร่วมด้วย และนำเทคนิคการสนทนากลุ่มมาใช้ในการยืนยันแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นหลังจากที่วิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ซึ่งจะทำให้แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กล้าณรงค์ ศรีรอด และคณะ. (2550). **สถานภาพการผลิตห้วมันสำปะหลังและคุณภาพห้วมันสำหรับการผลิตเอทานอลเพื่อเป็นเชื้อเพลิง**. กรุงเทพฯ.
- ชัยยนต์ ชีโนกุล. (2548). **การจัดการโซ่อุปทานและลอจิสติกส์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา ฝ่ายเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **Services Marketing**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชื่นจิตต์ แจ้เจนกิจ. (2544). **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: เจริญบุญการพิมพ์.
- ฐาปนา บุญหล้า. (2551). **คู่มือสัมมนาโลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน**. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ ก๊อบปี่.
- ประยุทธ์ ชูสอน. (2548). **พฤติกรรมภาวะผู้นำและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นผู้บริหาร มืออาชีพของผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2542). **เทคนิคการเพิ่มผลผลิตและปริมาณแป้งในห้วมันสำปะหลัง**. มูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทย. จาก <http://www.kengsenggroup.com/th/knowledge.php>.
- พสุ เดชะรินทร์. (2547). **เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ Balanced scorecard และ Key performance indicators (พิมพ์ครั้งที่ 12)**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2546). **การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนฐานความรู้ (Online)**. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน, 2551, จาก www.kmi.trf.or.th.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญลัก ษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 3)** กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. (2549). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1994). **Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership**. Newbery Park, CA: SAGE.
- Best, J. W. & Kahn, J.V. (1998). **Research in Education (8thed)**. NeedhamHeights: Allyn and Bacon.
- Porter, M. (1985). **Competitive advantage**. New York: Free Press.
- Wright, P.M. and Noe, R.A. (1996). **Management of Organizations**. Chicago : Irwin.