

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า
โทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา

Strategic Leadership and Success in Business Management of Mobile Phone
Shop Operators in a Department Store in Songkhla Province

อริชา จันทรแดง

Athicha Jhangaeng¹

อนิวัช แก้วจันงค์

Aniwat Kaewjomnong²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา ด้วยวิธีเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวทางการวิจัยแบบกรณีศึกษา เป็นการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยเทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) มีการพัฒนาและสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างสร้างสรรค์ (2) มีการปรับเปลี่ยนความสามารถหลักให้เกิดความเหมาะสม และโดดเด่น (3) เน้นการใช้ทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ (4) ลงทุนกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย (5) ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายและใช้ต้นทุนต่ำ (6) สร้าง และรักษาวัฒนธรรมองค์กร (7) พัฒนาและใช้การควบคุมเชิงสมดุล (8) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม และ 2) ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) ยอดขาย (2) รายได้ตามเป้าหมาย (3) ส่วนแบ่งตลาด (4) กำไร (5) ผลตอบแทนจากการลงทุน และ (6) ความคาดหวังของลูกค้า

คำสำคัญ: ลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือ

¹ นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the characteristics of strategic leadership of a group of mobile phone shop operators in a shopping mall in Songkhla Province and 2) to study the success of entrepreneurs in store business management. Mobile phone in a department store in Songkhla Province by using a qualitative approach using a case study research study from related documents. and 20 key informants. Data were collected by participant observation technique. participation observation) and in-depth interview The results of the study found that 1) Strategic leadership characteristics of a group of mobile phone shop operators in a shopping mall in Songkhla Province were (1) developing and communicating creative visions; (2) having adjusted Change core competencies to be appropriate and outstanding. (3) Emphasize the efficient use of human capital. (4) Invest in technological modernization (5) Use a variety of strategies. (6) Build and maintain an organizational culture; (7) Develop and implement balanced controls; (8) place importance on ethical and ethical behavior, and 2) the success of entrepreneurs in business management. Mobile phone shops in a department store in Songkhla province are (1) sales volume (2) target revenue (3) market share (4) profit (5) return on investment and (6) profit customer expectations

Keywords: Strategic Leadership business administration Banana Lotus Songkhla

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์โลกยุคปัจจุบัน เป็นยุคข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ และเข้าถึงชุดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์การและบุคลากรในองค์กรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์การต่าง ๆ จึงต้องมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์การให้สามารถดำเนินต่อไปได้และท้ายที่สุดเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวหน้าการรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งท่ามกลางสภาวะการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์การที่ชาญฉลาดและมีภาวะผู้นำจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนขององค์การให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง (ทวีศักดิ์อินต๊ะรัตน์ และ บุญทวรรณ วิงวอน, 2559)

ภาวะผู้นำและการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการบริหารงานรูปแบบของผู้นำยุคใหม่นับว่าสอดคล้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันโดยเป็นผู้นำที่มีมุมมองระยะยาวและสร้างความยืดหยุ่นในองค์การบรรลุเป้าหมายโดยใช้ความคิดเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางที่กำหนดไว้ผู้บริหารองค์การที่มีภาวะผู้นำการโน้มน้าวชักจูงใจทีมงานการประสานงานการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพรวมทั้งมีการเจรจาต่อรองเพื่อให้ประสบผลสำเร็จที่ตลอดจนมีการแก้ปัญหาและตัดสินใจอย่างชาญฉลาด (พูลศักดิ์ โกสียวัฒน์, 2555)

ผู้นำเป็นบุคคลสำคัญในองค์กรมีบทบาทในการบริหารงานภายใต้เงื่อนไขปัจจัยของสภาวะที่อยู่รอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้นำจำเป็นจะต้องมีวิสัยทัศน์ มีความรู้ ความสามารถและมีประสบการณ์ เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน (John Adair, 2010) สอดคล้องกับแนวคิดภาวะผู้นำตามหลักพระพุทธศาสนา มีหลักธรรมที่นำมาประยุกต์และบูรณาการเพื่อส่งเสริมให้เกิดคุณลักษณะที่ดีของผู้บริหาร ตามหลักทศพิธยาณิสสูตร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ จักขุมา เป็นผู้วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีความสามารถในการวางแผนและฉลาดในการใช้คน วิจิโร เป็นผู้ชำนาญในงาน รู้จักวิธีการ ไม่บกพร่องในหน้าที่ที่ตนได้รับผิดชอบ และ นิสสยสัมปันโน เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และได้รับความเชื่อถือจากผู้อื่น (สมฤทธิ์ กางเพ็ง, 2562)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ เป็นศูนย์กลางการค้าทางเศรษฐกิจหลักของภาคใต้ รวมถึงศูนย์กลางของการศึกษา ซึ่งจังหวัดสงขลา มีห้างร้าน และกลุ่มผู้ประกอบการที่หลากหลาย โดยในช่วงเวลาที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ได้เกิดวิกฤตทางการเมือง การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด 19 ทำให้ระบบเศรษฐกิจอยู่ในสถานการณ์ถดถอย ทั้งนี้ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวกลับพบว่า มีกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าหลายประเภทประสบความสำเร็จในการจัดการค้าขาย โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือ และจากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative approach) โดยใช้แนวทางการวิจัยแบบกรณีศึกษา (case study approach) ซึ่งมีรากฐานทางความคิดมาจากกระบวนทัศน์สร้างสรรค์นิยม (constructivism) (Tashakkori; Abbas and Ted-die; Charles, 1998) เป็นการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (documents study) และการศึกษาจากกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง (Creswell; John, 2003) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้ให้ข้อมูล key informant

สำหรับการได้มาซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (ชาย โพธิ์สิตา, 2550) เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา โดยการคัดเลือกด้วยความสมัครใจเป็นคนที่ให้ข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้จัดการร้าน และพนักงาน จำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มลูกค้าผู้มารับบริการ จำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยการใช้แนวคำถามเชิงแนวคิดทฤษฎีเป็นกรอบในการศึกษาชุดความรู้และประสบการณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสานทั้งการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีขั้นตอนคือ 1) ตั้งประเด็นคำถามการวิจัย 2) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 3) ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลและการสร้างความสัมพันธ์เบื้องต้น 4) ออกแบบกระบวนการวิจัย และ 5) ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (สฤงค์ จันทวานิช, 2553; Moser & Korstjens, 2017; Hubbard & Power, 1999) โดยมีขั้นตอนหลังจากการได้มาซึ่งข้อมูลคือ 1) ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของชุดข้อมูล ด้วยหลักการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า 2) จำแนกข้อมูลด้วยตาราง 3) วิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดทฤษฎี 4) ตีความข้อมูล และ 5) สรุปเรียบเรียงด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. ลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสามารถสรุปจำแนกออกเป็น 8 ลักษณะ ดังนี้

1.1 มีการพัฒนาและสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบการสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรมีความคิด ความรู้สึกรัก และตระหนักถึงเป้าหมายสำคัญขององค์กร โดยยึดหลักการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนโยบายหลักขององค์กรเป็นสำคัญเพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของพนักงานและองค์กร

1.2 มีการปรับเปลี่ยนความสามารถหลักให้เกิดความเหมาะสม และโดดเด่น พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการปรับเปลี่ยนความสามารถหลักให้เกิดความเหมาะสมและโดดเด่น โดยเฉพาะทักษะการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้การเข้าถึงชุดข้อมูลข่าวสารในการให้บริการกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายช่องทาง ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนในช่วงสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา องค์กรได้มีการปรับกลยุทธ์การให้บริการจากเดิมที่มีการตั้งรับการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนและร้านค้าในห้างเพียงอย่างเดียวปัจจุบันได้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ออนไลน์

1.3 เน้นการใช้ทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา เน้นการใช้ทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพโดยการดึงเอาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรออกมาบริหารจัดการยกระดับการดำเนินงานขององค์กรตามความสามารถ และใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลออกมาจัดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างสมรรถให้แก่บุคลากรขององค์กรอย่างรอบด้าน และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

1.4 ลงทุนกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการลงทุนกับการพัฒนาปรับปรุงระบบการบริหารจัดการโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้กับองค์กรอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการจัดการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เว็บไซต์ เพจ ไลน์ ดิจิตอล รวมถึงการพัฒนาระบบการจัดการบัญชีของร้าน การกำกับติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร

1.5 ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย และใช้ต้นทุนต่ำ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจที่มีความหลากหลายรูปแบบทั้งนี้ เป็นไปเพื่อการดำเนินงานที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างผลกำไรได้และใช้ต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำ แต่ไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้ง

1.6 สร้าง และรักษาวัฒนธรรมองค์กร พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการสร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร โดยเน้นการให้เกียรติ การแสดงความเคารพ ต่อสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิกในองค์กร การสร้างมาตรฐานการให้บริการที่มุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการรับบริการ ทั้งนี้สมาชิกขององค์กรจะต้องให้บริการลูกค้าแบบไม่เลือกปฏิบัติ กล่าวได้ว่าเป็นการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมไม่เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้ารับบริการจากองค์กร

1.7 พัฒนาและใช้การควบคุมเชิงสมดุล พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา มีการพัฒนาและใช้การควบคุมเชิงสมดุล ซึ่งเป็นลักษณะของการบริหารจัดการ เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะมีการควบคุมเชิงสมดุลไม่ว่าจะเป็น การควบคุมใน 1) มิติของการเงิน โดยมีเป้าหมายหลักสำคัญ 2 คือ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ และด้านการลดลงของ ต้นทุน หรือการเพิ่มขึ้นของผลผลิต โดยการใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด 2) มิติลูกค้า ลูกค้าเป็นแหล่งรายได้ที่จะทำให้บริษัทหรือองค์กรมีกำไร องค์กรมีการจัดการข้อมูลจากลูกค้าเพื่อช่วยในการปรับกลยุทธ์ในการทำงาน ให้เท่าทันคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและตรงต่อความต้องการ 3) มิติ กระบวนการภายใน เป็นการควบคุมการบริหารจัดการภายในองค์กรวิธีในการรักษาลูกค้า พร้อมทั้ง ดึงดูด หรือ แสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ซึ่งต้องมีกระบวนการที่ดีในการสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้าและบุคลากรในองค์กร และ 4) มิติการเรียนรู้และการพัฒนา เป็นการควบคุมโดยการสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาบุคลากรและยกระดับ การดำเนินงานขององค์กรอยู่ตลอดเวลาซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร ปรับฐานคิด ทักษะคิด และส่งเสริมให้บุคลากร ประสบความสำเร็จในหน้าที่การเงินและรายได้

1.8 ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า โทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา ปฏิบัติตนอย่างมีคุณภาพและจริยธรรม ซึ่งจากการสังเกต และสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่มีการนำหลักธรรมพรหมวิหาร 4 มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการปฏิบัติตน ได้แก่ การมีความเมตตา ทั้งเป็นการเมตตาต่อพนักงานในองค์กรและกลุ่มลูกค้าที่เข้ามา รับบริการ กล่าวได้ว่าเป็นดำรงตนที่ไม่เป็นการเอาเปรียบกลุ่มผู้บริโภคจนเกินไป ช่วยเหลือพนักงานและลูกค้าตลอดการ รับบริการ แสดงความชื่นชมพนักงานและลูกค้าอยู่เสมอ ตลอดจนการวางใจเป็นกลางไม่เอนเอียง

2. ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา พบว่า การจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าที่ ประสบความสำเร็จ สามารถจำแนกความสำเร็จที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ดีออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

2.1 ยอดขาย พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาด้านยอดขายของผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ซึ่งถือได้ว่าในช่วงเวลาที่ผ่านมากกว่า 3 ปีที่ได้มีโรคระบาดโควิด 19 นั้นทำให้หลายธุรกิจต้องปิดกิจการลง แต่ในทางกลับกันธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์กลับมียอดขายที่เพิ่มขึ้นกว่าช่วงสถานการณ์ที่เป็นปกติ เพราะรูปแบบการดำเนิน

ชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาที่ต้องมีการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ การทำงานออนไลน์ การขายออนไลน์ และอื่นๆอีกมากมายส่งผลให้องค์กรมีรายได้และยอดขายที่เกินความคาดหมาย

2.2 รายได้ตามเป้าหมาย พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาตามรายได้ตามเป้าหมายนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จด้านรายได้เนื่องด้วยช่วงสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมานั้นได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและการทำกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน การติดต่อสื่อสาร การค้าขาย และอื่นๆ ส่วนใหญ่จะต้องดำเนินการผ่านแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือทำให้ห้างสรรพสินค้ามีรายได้ตามเป้าหมายอย่างเห็นได้ชัดจากการเข้ามาติดต่อขอรับบริการคำแนะนำและเลือกซื้อสินค้าโทรศัพท์มือถือ

2.3 ส่วนแบ่งตลาด พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาตามส่วนแบ่งตลาดนั้น ผู้ประกอบการได้มีการจัดกลุ่มลูกค้าซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มีสถานภาพส่วนบุคคลแตกต่างกันย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์กรจะมีการสำรวจสินค้าที่ลูกค้ามีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า และที่ผ่านมามีการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

2.4 กำไร พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาตามกำไรสุทธิผู้ประกอบการจะคิดกำไรการขายหักค่าใช้จ่ายเหลือกำไรสุทธิ 30 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งก็เป็นตัวชี้วัดให้เห็นว่าธุรกิจดังกล่าวประสบความสำเร็จและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลได้หลากหลาย ทั้งนี้จากการสังเกตกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบางกรณีมีโทรศัพท์มือถือกว่า 2 เครื่อง ซึ่งใช้ประโยชน์ในทางการทำงาน และการดำเนินชีวิตส่วนบุคคล

2.5 ผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาตามผลตอบแทนการลงทุนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีเนื่องด้วยสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และค่าเช่าสถานที่ลดลงเนื่องจากมาตรการช่วยเหลือเยียวยาจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ทั้งนี้ในการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ก็มีส่วนการลดต้นทุนสำหรับการจ้างพนักงานขายได้ถึง 2-3 เท่า เมื่อเทียบราคาค่าใช้จ่ายในอดีตที่ผ่านมา

2.6 ความคาดหวังของลูกค้า พบว่า ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลาตามความคาดหวังของลูกค้าเป็นไปได้ตามความคาดหวังขององค์กร ซึ่งจากการให้บริการที่มุ่งเน้นความทั่วถึง เป็นกันเองและไม่เลือกปฏิบัติต่อกลุ่มลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อการบริการ จนทำให้ห้างสรรพสินค้ามีฐานลูกค้าเดิมที่กลับเข้ามาใช้บริการและเลือกซื้ออุปกรณ์จากร้านเป็นประจำและมีการแนะนำข้อมูลต่อ



การอภิปรายผล

1. ลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา จำแนกออกเป็น 8 ลักษณะ ได้แก่ (1) มีการพัฒนาและสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างสร้างสรรค์ โดยการพัฒนา ปรับปรุง รูปแบบการสื่อสารวิสัยทัศน์อย่างสร้างสรรค์ อยู่ตลอดเวลา (2) มีการปรับเปลี่ยนความสามารถหลักให้เกิดความเหมาะสม และโดดเด่น โดยเฉพาะทักษะการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้การเข้าถึงชุดข้อมูลข่าวสารในการให้บริการกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายช่องทาง (3) เน้นการใช้ทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ โดยการดึงเอาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรออกมาบริหารจัดการยกระดับการดำเนินงานขององค์กรตามความสามารถ และใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลออกมาจัดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะให้แก่บุคลากรขององค์กรอย่างรอบด้าน และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา (4) ลงทุนกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย โดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้กับองค์กรอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการจัดการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ติ๊กต็อก รวมถึงการพัฒนาระบบการจัดการบัญชีของร้าน การกำกับติดตามและการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร (5) ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย และใช้ต้นทุนต่ำ หลากหลายรูปแบบทั้งนี้ไปเพื่อการดำเนินงานที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างผลกำไรได้และใช้ต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำ แต่ไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นที่ตั้ง (6) สร้าง และรักษาวินัยธรรมองค์กร โดยเฉพาะการให้เกียรติ การแสดงความเคารพต่อสิทธิส่วนบุคคลของสมาชิกในองค์กรการสร้างมาตรฐานการให้บริการที่มุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการรับบริการ ทั้งนี้สมาชิกขององค์กรจะต้องให้บริการลูกค้าแบบไม่เลือกปฏิบัติ กล่าวได้ว่าเป็นการบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมไม่เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้ารับบริการจากองค์กร (7) พัฒนาและใช้การควบคุมเชิงสมดุล ได้แก่ 1) มิติของการเงิน 2) มิติลูกค้า 3) มิติกระบวนการภายใน และ 4) มิติการเรียนรู้และการพัฒนา (8) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม โดยส่วนใหญ่มีการนำหลักธรรมพรหมวิหาร 4 มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการปฏิบัติตน ได้แก่ การมีความเมตตา ทั้งเป็นการเมตตาต่อพนักงานในองค์กรและกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ กล่าวได้ว่าเป็นดำรงตนที่ไม่เป็นการเอาเปรียบกลุ่มผู้บริโภคจนเกินไป ช่วยเหลือพนักงานและลูกค้าตลอดการรับบริการ แสดงความชื่นชมพนักงานและลูกค้าอยู่เสมอ ตลอดจนการวางใจเป็นกลางไม่เอนเอียง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของ DuBrin (1998) กล่าวว่า องค์ประกอบของผู้คนที่ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์จะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะพฤติกรรมและแนวทางการปฏิบัติโดยรวมคุณลักษณะทั้งของภาวะผู้นำที่มีความสามารถพิเศษและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเข้าด้วยกัน สรุปได้เป็นองค์ประกอบ 5 ประการ 1. ผู้นำที่มีความคิดความเข้าใจระดับสูง (High-level Cognitive Activity) 2. ความสามารถในการนำปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มากำหนดกลยุทธ์ (Gathering Multiple Inputs to Formulate Strategy) 3. การมีความคาดหวังและการสร้างโอกาสสำหรับอนาคต (Anticipating and Creating a Future) 4. วิธีการคิดเชิงปฏิวัติ (Revolutionary Thinking) 5. การกำหนดวิสัยทัศน์ (Creating a Vision) นอกจากนี้ Hitt Haynes and Serpa (2010) กล่าวว่า ผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในศตวรรษที่ 21 ต้องมี 8 ประการ คือ 1) พัฒนาและสื่อสารวิสัยทัศน์ 2) ปรับเปลี่ยนความสามารถหลักให้เหมาะสมและโดดเด่น 3) เน้นการใช้ทุนมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพ 4) ลงทุนกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีให้ทันสมัย 5) ใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายและใช้ต้นทุนต่ำ 6) สร้างและรักษาวินัยธรรมองค์กร 7) พัฒนาและใช้การควบคุมเชิงสมดุล 8) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ดาวันภา เพชรจันทร์ จิรวัฒน์ เมธาสุทธิรัตน์ (2564) พบว่า ลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่โดดเด่น 8 ประการ คือ เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลเป็นผู้บริหารที่เป็นต้นแบบให้กับบุคลากร เป็นผู้มีความเข้าใจบริบทของเมืองและการบริหารงานท้องถิ่น เป็นผู้ที่มีองค์ความรู้และ

ทักษะในการสื่อสาร เป็นนักพัฒนาและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการจัดการแบบมีส่วนร่วม เป็นผู้มีความสามารถในการประสานความขัดแย้ง เป็นผู้บริหารที่เข้าถึงและแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทั้งนี้ อนันท์ แก้วจำนง (2561) ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ภาวะผู้นำระดับมากในการจัดการธุรกิจ โดยภาวะผู้นำเรื่องแรกที่ใช้ระดับมากคือภาวะผู้นำแบบสนับสนุน ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีความพร้อมในการจัดการธุรกิจเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยมีความพร้อมมากในเรื่องการผลิตและพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า

2. ความสำเร็จของกลุ่มผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา จำแนกได้ 6 ด้าน คือ (1) **ยอดขาย** ในช่วงเวลาที่ผ่านมากกว่า 3 ปีที่ได้มีโรคระบาดโควิด 19 นั้นทำให้หลายธุรกิจต้องปิดกิจการลง แต่ในทางกลับกันธุรกิจร้านค้าโทรศัพท์มือถือกลับมียอดขายที่เพิ่มขึ้นกว่าช่วงสถานการณ์ที่เป็นปกติ เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาที่ต้องมีการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ การทำงานออนไลน์ การขายออนไลน์ และอื่นๆอีกมากมายส่งผลให้องค์กรมีรายได้และยอดขายที่เกินความคาดหมาย (2) **รายได้ตามเป้าหมาย** ช่วงสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมานั้นได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคและการทำกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงิน การติดต่อสื่อสาร การค้าขาย และอื่นๆ ส่วนใหญ่จะต้องดำเนินการผ่านแอปในโทรศัพท์มือถือทำให้องค์กรมีรายได้ตามเป้าหมายอย่างเห็นได้ชัดจากการเข้ามาติดต่อขอรับบริการคำแนะนำและเลือกซื้อสินค้าโทรศัพท์มือถือ (3) **ส่วนแบ่งตลาด** มีการจัดกลุ่มลูกค้าซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มีสถานภาพส่วนบุคคลแตกต่างกันย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์กรจะมีการสำรองสินค้ามาต็อกที่มีความหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า และที่ผ่านมามีพบว่าการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวประสบความสำเร็จ (4) **กำไร** การขายหักค่าใช้จ่ายเหลือกำไรสุทธิ 30 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งก็เป็นตัวชี้วัดให้เห็นว่าธุรกิจดังกล่าวประสบความสำเร็จและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลได้หลากหลาย ทั้งนี้จากการสังเกตกลุ่มลูกค้าที่เข้ามารับบริการบางกรณีมีโทรศัพท์มือถือกว่า 2 เครื่อง ซึ่งใช้ประโยชน์ในการทำงาน และการดำเนินชีวิตส่วนบุคคล (5) **ผลตอบแทนจากการลงทุน** ด้วยสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น และค่าเช่าสถานที่ลดลงเนื่องจากมาตรการช่วยเหลือเยียวยาจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ทั้งนี้ในการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ก็มีส่วนการลดต้นทุนสำหรับการจ้างพนักงานขายได้ถึง 2-3 เท่า เมื่อเทียบราคาค่าใช้จ่ายในอดีตที่ผ่านมา และ (6) **ความคาดหวังของลูกค้า** เป็นไปได้ตามความคาดหมายขององค์กร ซึ่งจากการให้บริการที่มุ่งเน้นความทั่วถึง เป็นกันเองและไม่เลือกปฏิบัติต่อกลุ่มลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจต่อการบริการ จนทำให้องค์กรมีฐานลูกค้าเดิมที่กลับเข้ามาใช้บริการและเลือกซื้ออุปกรณ์จากร้านเป็นประจำ และมีการแนะนำข้อมูลต่อซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของ Siriwan (2013) กล่าวว่าการวัดความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสามารถจัดได้จาก 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต นอกจากนี้ ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และชาติรี ปรีดาอนันท์สุข (2557) กล่าวว่า การวัดความสำเร็จของการดำเนินงานจากอัตราการเติบโตของกำไร อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ส่วนแบ่งทางการตลาด และคุณภาพของสินค้าและบริการ ส่วน พรณภาพิเยมไชย สุภาพร คูพิมาย และ สุภิญญา อนุภานนท์ (2558) กล่าวว่า การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการจาก ความเจริญเติบโตของกิจการ และความพึงพอใจ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สุพาคา สิริกุดตา (2556) พบว่า ธุรกิจประสบความสำเร็จได้จากความสำเร็จของรายได้จากการดำเนินธุรกิจ ผลกำไร ความมั่นคงในการประกอบ ธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า จำนวนลูกค้าในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา และ อัตราร้อยละของความสำเร็จในการทำธุรกิจ และ Akgun, Lynn & Yilmaz (2006) ได้ทำวิจัยเรื่องการวัดความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ขององค์การทางธุรกิจ จากการสำรวจข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ได้ข้อสรุปปัจจัยที่นำมาใช้ในการวัดความสำเร็จขององค์การทางธุรกิจ ได้แก่ ยอดขาย รายได้ตามเป้าหมาย ส่วนแบ่งตลาด กำไร ผลตอบแทนจากการลงทุน ความคาดหวังของลูกค้า การควบคุมต้นทุนและยอดการซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาหลักสูตรการจัดการศึกษาของสถานศึกษา หรือ กลุ่มองค์กร สถาบันพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อใช้เป็นกรอบโครงสร้างของหลักสูตรการจัดการเรียนรู้สำหรับการพัฒนาลักษณะภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจ นอกจากนี้สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางนโยบายการดำเนินงานขององค์กรภาคธุรกิจ และหน่วยงานที่มีความสนใจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยการพัฒนาโมเดลองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายโทรศัพท์มือถือในสถานการณ์เศรษฐกิจถดถอย เพื่อใช้ในการพัฒนาคู่มือสำหรับการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจในช่วงสถานการณ์ทางสังคมไม่ปกติ และพัฒนารูปแบบการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างหลากหลายและเหมาะสมในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ บิดา มารดา คณาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ บุคลากร อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ให้ข้อมูล โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งของจังหวัดสงขลา ซึ่งถือได้ว่ากระบวนการดังกล่าวเป็นขั้นตอนที่สำคัญต่อการวิจัยเป็นอย่างยิ่ง และทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บรรณานุกรม

- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ดาวานา เพชรจันทร์ จิรวัดน์ เมธาสุทธิรัตน์. (2564). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของนายกเทศมนตรีนครยะลา. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 5(1)101-114.
- ทวีศักดิ์ อินตะรัตน์ และ บุญทรรณ วิงวอน. (2559). การรับรู้ภาวะผู้นำและการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อ ผลการดำเนินงานของธนาคารออมสินภาค 9. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 5(1)113-123.
- ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และชาติรี ปรีดานันทสุข. (2557). องค์ประกอบของตัวแบบธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทย วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7(1), 65-75.
- พลศักดิ์ โกสิยวัฒน์. (2555). ความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำตามสถานการณ์ของหัวหน้าพนักงานขายและผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. ปรินญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา-ทา.



- พรนภา เปี่ยมไชย, สุภาพร คูพิมาย และสุภิญญา อนุภานนท์. (2558). กลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. รายงานวิจัยคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2562). ภาวะผู้นำเชิงพุทธ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- สุพาคา สิริกุดตา. (2556). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม). 3(4)428-439.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์. แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนิวัช แก้วจาง. (2561). ภาวะผู้นำกับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. 7(2)39-57
- Akgun., A., Lynn, G., & Yilmaz, C. (2006). Learning Process in New Product Development Teams and Effects on product Success: A Socio-cognitive Perspective. Journal of Humanities and Social Science, 35(2), 210-224.
- Creswell; John W. 2003. 2nd. Ed., Research design: Qualitative, quantitative, and Mixed Methods approach. Thousand Oaks: SAGE, pp. 190-195.
- Dubrin .J. (1998). Leadership research finding : Practice and skills. Boston Houghton : Mifflin Company
- John, Adair. (2010). Strategic leadership : How to think and plan strategically and provide direction. London: and Organization. Boston: Houghton Mifflin Co.
- Hitt A Michael, Haynes T. Katalin, Serpa Roy. (2010). Strategic leadership for the 21st century. Business Horizons, 53(5)437-444.
- Moser, A., & Korstjens, I. (2017). Series: practical guidance to qualitative research. Part 1: Introduction. European Journal of General Practice. 23(1), 271-273
- Power, B., & Hubbard, R. (1999). Becoming teacher researchers one moment at a time. Language Arts. 77(1), 34-39.
- Siriwan, U. et al. (2013). The management of the small and medium enterprises to achievement competitive advantage in northern Thailand. Conference of the International Journal of Arts & Sciences, 6(1), 147-157.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (1998). Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches. Thousand Oak, London: SAGE.