

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ กับการสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร The Strategic Leadership and the Success of Organization Management

บุญญภณ เทพประสิทธิ์^{1*}

¹อาจารย์ ภาควิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุวรณ กรุงเทพมหานคร 10400

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ กับการสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านยอดขาย ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ด้านต้นทุนการดำเนินงาน และด้านการรักษฐานลูกค้าเดิม โดยทำการศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จำนวน 400 บริษัท และใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ 2) การทบทวนกลยุทธ์ 3) การตัดสินใจเลือก กลยุทธ์ และ 4) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรทั้ง 4 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

Abstract

This research aims at studying the strategic leadership and the success of organization management by emphasizing the impacts of strategic leadership on the effectiveness regarding customer retention, operating cost, sales volume, & market share. The samples of the research were gathered from 400 Small and Medium Enterprises (SMEs). The Multiple Regression (Stepwise Method) was used as a statistical tool to analyze research hypotheses.

The results indicate that the 4 disciplines of strategic leadership, including 1) strategic analysis, 2) strategic review, 3) strategic decision making, & 4) strategic practice, significantly influence the success of organization management with respect to customer retention, operating cost, sales volume, & market share at 0.05 level.

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร

Keywords : strategic leadership, success of organization management

*ผู้นิพนธ์ประสานงานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ punyapon_toy@hotmail.com โทร. 087-979-1979

1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจได้เข้าสู่ยุคการค้าเสรีมากยิ่งขึ้น ทั้งเรื่องของการค้า การลงทุน การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต รวมถึงการสื่อสาร ซึ่งการแข่งขันแบบเสรีได้ส่งผลต่อการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดของสินค้าและบริการต่างๆ โดยองค์กรจำนวนมากพยายามที่จะยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการ รวมถึงวิสัยทัศน์ และ พันธกิจในการที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ผู้นำหรือผู้บริหารจึงมีบทบาท และหน้าที่ ที่สำคัญในการที่จะกำหนดทิศทาง และ แนวทางขององค์กรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องมีความสามารถเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ 2) การทบทวนกลยุทธ์ 3) การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และ 4) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Adair, 2010) เพื่อที่จะสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพในการนำไปใช้จนเกิดประสิทธิผลหรือความสำเร็จให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งพัฒนา และยกระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทยให้มีศักยภาพเทียบเท่าระดับสากล

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ และระดับความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ที่มีต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

1.2 สมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านยอดขาย
- สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านส่วนแบ่งทางการตลาด
- สมมติฐานที่ 3 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านต้นทุนการดำเนินงาน
- สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านการรักษารฐานลูกค้าเดิม

1.3 การสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.3.1. แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

Adair (2010) ได้นำเสนอภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ผู้นำในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีเพื่อใช้ในการสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ได้แก่

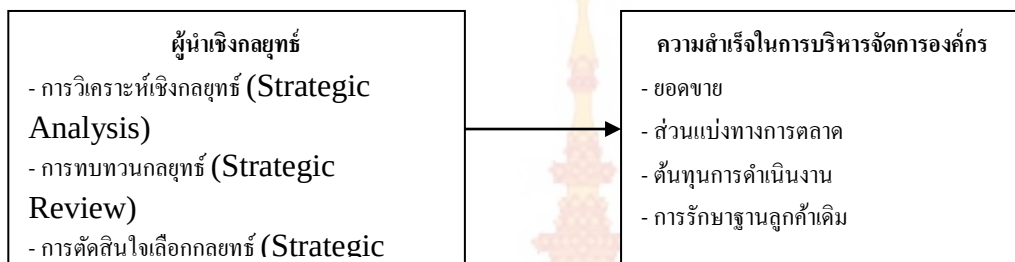
1. การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์อุตสาหกรรม (5 Force Model) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร (SWOT) และรวมถึงการวิเคราะห์กลยุทธ์ระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่
2. การทบทวนกลยุทธ์ ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการค้นคว้า และตั้งสมมติฐาน เพื่อทบทวนความเหมาะสมของกลยุทธ์หากองค์กรนำมาใช้ เช่น การเปรียบเทียบผลลัพธ์ของกลยุทธ์ที่นำมาใช้จากกรณีศึกษาต่างๆ หรือ ประสบการณ์
3. การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ ผู้นำจะต้องมีความสามารถในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม และ ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ผู้นำจะต้องสนับสนุนการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ โดยไม่ย่อท้อหรือยอมแพ้ต่ออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้จากสภาพแวดล้อมหรือความเสี่ยงที่ไม่แน่นอน

Adair (2010), Morrill (2010) และ Cannella, Finkelstein, & Hambrick (2008) ได้กล่าวเพิ่มเติมในลักษณะเดียวกันว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์สามารถที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร และนำไปสู่ประสิทธิผลหรือความสำเร็จให้กับองค์กร

1.3.2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร

Kotler (2000) ได้นำเสนอตัวชี้วัดของความสำเร็จขององค์กร โดยสามารถที่จะทำการตรวจสอบได้จาก ต้นทุน การดำเนินงานที่ลดต่ำลง ยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และการรักษาสถานะลูกค้า ซึ่งแต่ละองค์กรจะวางเป้าหมายไว้ตามที่บอร์ดบริหารกำหนดไว้ หากองค์กรสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายจะถือว่ามีความสำเร็จในการบริหารจัดการ และดำเนินการ

กรอบแนวคิดการศึกษา



2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัย คือ วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 118,966 บริษัท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2553) โดยผู้วิจัยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1967) ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 บริษัท แต่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล 400 บริษัท (ขนาดความเชื่อมั่นที่ 95%, ค่าความคาดเคลื่อนบวกลบที่ 5%) และผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเชิงระบบ (systematic sampling)

2.2 เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ 2 ชนิดในการศึกษา ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาจัดกรอง และเรียงลำดับการให้ความสำคัญเพื่อที่จะนำมาใช้สร้างข้อคำถามในตอนที่ 2 ของแบบสอบถาม

2. แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะองค์กร ประกอบด้วย จำนวนพนักงาน ทุนจดทะเบียนการค้า ประเภทธุรกิจ และระยะเวลาในการประกอบกิจการ มีระดับการวัดแบบมาตราวัดเรียงอันดับ (Ordinal Scale) และแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ 2) การทบทวนกลยุทธ์ 3) การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และ 4) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 อันดับ (Likert's Scale) มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราวัดอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ตอนที่ 3 ความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านยอดขาย ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ด้านต้นทุนการดำเนินงาน และด้านการรักษาสถานะลูกค้าเดิม โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า

เต็มตัวเลขจริง (Ratio Scale) แต่เนื่องจากเป็นข้อมูลความลับของแต่ละองค์กร ผู้วิจัยจึงได้นำมาปรับเป็นแบบช่วงลำดับของคำตอบในการนำเสนอข้อมูล

2.3 การพัฒนาเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยทำการรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเพื่อนำมาใช้ในการสร้างโครงสร้างของแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยส่งมอบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาวะผู้นำ และการบริหารจัดการองค์กร จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบเพื่อพิจารณาความเหมาะสมตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยหาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Saunders, Thornhill & Lewis, 2009)

3. ทำการทดสอบ (Pre-test) แบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำกลับมาหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha (α) โดยได้ค่าของแบบสอบถามตอนที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เท่ากับ 0.893 (Zikmund, 2003)

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบรรยายข้อมูลแบบสอบถาม และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions) ด้วยวิธี Stepwise ในการทดสอบสมมติฐาน

3. ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ด้านข้อมูลลักษณะองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 51 คน - 100 คน จำนวน 201 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10 ล้านบาท - 20 ล้านบาท จำนวน 218 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจการผลิต จำนวน 269 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ มากกว่า 10 ปี แต่ไม่ถึง 15 ปี จำนวน 319 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 79.75ด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ พบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีความสามารถในระดับมากที่สุด ในเรื่องการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และมีความสามารถในระดับมากในเรื่องการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการทบทวน กลยุทธ์ ตามลำดับ ขณะที่มีความสามารถในระดับปานกลางคือ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

ความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร 4 ด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม มีระดับการรักษฐานลูกค้าเดิมอยู่ที่ 60-80% มีต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น 5%-10% มียอดขายเพิ่มขึ้น 16-20% และมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น 5%-10%

3.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ได้ทำการศึกษามมติฐาน 4 ข้อ ผลการทดสอบ พบว่า

1. สมมติฐานที่ 1

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์

2. สมมติฐานที่ 2

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านส่วนแบ่งทางการตลาดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. สมมติฐานที่ 3

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านต้นทุนการดำเนินงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. สมมติฐานที่ 4

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านการรักษาสถานลูกค้าเดิมที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.3 การอภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐาน จะพบว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านยอดขาย ด้านผลกำไร ด้านต้นทุนการดำเนินงาน และด้านการรักษาสถานลูกค้าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาและทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของ Adair (2010), Morrill (2010) และ Cannella, Finkelstein, & Hambrick (2008) ที่ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ทั้ง 4 ด้านสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร และนำไปสู่ประสิทธิผลหรือความสำเร็จให้กับองค์กร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้นำมีความสามารถเชิงกลยุทธ์จะทำให้สามารถเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมมาใช้กับองค์กร ในการแข่งขันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) อย่างมีประสิทธิภาพ จนนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร ไม่ว่าจะเป็น ยอดขายที่จะเพิ่มขึ้น ผลกำไร และความสามารถในการรักษาสถานลูกค้าเดิม (Kotler, 2000) เช่น องค์กรวางกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ได้พัฒนาจนมีประสิทธิภาพ ก็จะสร้างโอกาสในการขาย ส่งผลให้เกิดยอดขาย ผลกำไร และการซื้อซ้ำที่สูงขึ้น หรือ องค์กรมีการวางแผนกลยุทธ์การผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เช่น การนำระบบการผลิตแบบลีน (Lean Production) เข้ามาใช้ก็จะช่วยองค์กรลดความผิดพลาดในการผลิต และสามารถรักษาสถานลูกค้าเดิมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมทำให้เกิดต้นทุนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าความสามารถเชิงกลยุทธ์ของผู้นำ ได้นำไปสู่ระดับการรักษาสถานลูกค้าเดิมอยู่ที่ 60-80% มีต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น 5%-10% มียอดขายเพิ่มขึ้น 16-20% และมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น 5%-10% แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้นำมีความสามารถเชิงกลยุทธ์จะทำให้เกิดการสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการที่จะรักษาสถานลูกค้าขององค์กรตน ขณะเดียวกันยังเป็นโอกาสในการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดในอุตสาหกรรมที่องค์กรดำรงอยู่ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือประเด็นเรื่องของต้นทุน พบว่าความสามารถเชิงกลยุทธ์ของผู้นำส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น 5%-10% ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้นำยังไม่สามารถที่จะวิเคราะห์รูปแบบทางการแข่งขันในเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อนำมาปรับใช้กับองค์กร ดังนั้นจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ผู้นำจะมีการพัฒนาความสามารถเชิงกลยุทธ์ของตนในการที่จะเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร และสามารถสร้างศักยภาพให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน

4. สรุป

การศึกษาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ กับความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร สามารถสรุปเนื้อหาสาระความสำคัญได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การทบทวนกลยุทธ์ การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ ไปปฏิบัติ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรด้านยอดขาย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการในยุคปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะจะสามารถสร้างผู้นำหรือผู้บริหารที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์กลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กรที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในประเด็นต่างๆ เช่น การสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด การทำให้เกิดการซื้อซ้ำที่นำไปสู่การรักษาสถานลูกค้าเดิม แต่ขณะเดียวกันกับพบว่าต้นทุนสูงขึ้น 5%-10% ดังนั้นผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรจะต้องพัฒนาความสามารถเชิงกลยุทธ์ของตน เพื่อที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

4.1 ข้อเสนอแนะ

1. ผู้นำหรือผู้บริหารควรที่จะต้องมีการพัฒนาความสามารถเชิงกลยุทธ์ของตนเอง ซึ่งสามารถทำได้ โดยการศึกษาจากกรณีศึกษาขององค์กรต่างประเทศที่มีความใกล้เคียงกันในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบริการและประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะค้นหาประเด็นที่น่าสนใจในการนำมาพัฒนาความสามารถเชิงกลยุทธ์ของตนเอง

2. ผู้นำหรือผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้กับบุคคลรุ่นใหม่ และพนักงานผู้ได้บังคับบัญชาขององค์กรในการเสนอแนะความคิด วิสัยทัศน์ หรือประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการพัฒนาวิสัยทัศน์ของผู้นำ และพัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

3. ผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องทำการทบทวนกลยุทธ์ทางการแข่งขันขององค์กรอีกครั้ง โดยจะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการเงินขององค์กร เพราะการเพิ่มยอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาดสามารถดำเนินการได้ง่ายด้วยการกระตุ้นความต้องการ ขณะที่ต้นทุนเปรียบเสมือนประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรทั้งระบบ ดังนั้นผู้นำจะต้องมีการนำกลยุทธ์มาใช้พร้อมทั้งประเมินกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง และบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสม และสามารถสร้างประสิทธิภาพด้านต้นทุนให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

5. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนเต็มจำนวนจาก บริษัท MVP Consultant Co., Ltd. และได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในการให้การสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล

6. เอกสารอ้างอิง

- Adair, J. 2010. **Strategic Leadership: How to Think and Plan Strategically and Provide Direction** (The John Adair Leadership Library). London: Kogan Page.
- Cannella, B., Finkelstein, S., & Hambrick, D.C. 2008. **Strategic Leadership: Theory and Research on Executives, Top Management Teams, and Boards.**
- Kotler, P. 2000. **Kotler on Marketing.** New York: Free Press.
- Morrill, R.L. 2010. **Strategic Leadership: Integrating Strategy and Leadership in Colleges and Universities.** Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Saunders, M. K., Thornhill, A., & Lewis, P. 2009. **Research Methods for Business Students.** New Jersey: Prentice Hall.
- Yamane, T. 1967. **Statistics: An Introductory Analysis.** New York: Harper and Row.
- Zikmund, Williams, G. 2003. **Business Research Methods.** California: Thomson South – Western