



ศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ศราวุธ แทนทรัพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

โครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Visionary leaders รุ่นที่ 18

(กลุ่มวิชาเอกการจัดการ)

ปีการศึกษา 2562

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ศราวุธ แทนทรัพย์¹ อาจารย์ ดร. อนุรักษ์ ไกรยุทธ²

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมโอท็อปมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานของภูมิปัญญาไทย และวัฒนธรรมของประเทศไทยที่พัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ ได้เป็นอย่างดี รวมถึงภาครัฐบาลมองเห็นการเติบโตของธุรกิจและสามารถที่จะพัฒนาต่อยอดไปสู่สากล และพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และเป็นมาตรฐานสากล จึงมีนโยบายให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นที่มาของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2. เพื่อศึกษาความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติโดยการ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test การทดสอบ f-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว และกระบวนการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการค้นคว้าพบว่า ศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้จากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกระบวนการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาสังเคราะห์ รวบรวมข้อมูลนำมาปรับปรุงและพัฒนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอายุมากกว่า 40 ปี และประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ด้านอุดมการณ์ ด้านแรงบัลดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญาและด้านปัจเจกบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านแรงบัลดาลใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) ด้านอุดมการณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ด้านปัจเจกบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และด้านการกระตุ้นทางปัญญาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ทั้งนี้ธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปจะประสบความสำเร็จและนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ผู้นำขององค์กรธุรกิจจะเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจโดยผู้นำเองก็ต้องมีภาวะผู้นำ ความรู้ในธุรกิจ สร้างแรงบัลดาลใจในการทำงานให้กับองค์กรโดยมีอุดมการณ์ในทิศทางเดียวกันร่วมกันพัฒนาธุรกิจและเติบโตไปด้วยกัน เพื่อความสำเร็จของธุรกิจสู่สากล

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำ, ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป

¹ นักศึกษาปริญญาโท โครงการพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Visionary Leaders คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
² อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Leadership of OTOP Entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Region

Abstract

OTOP industry tends to grow continuously. This industry originates based on the extended concepts of Thai wisdom and culture to develop satisfactory profitable businesses for entrepreneurs. Even the growth of OTOP and its business expansion to internal arena have been seen by the government sector, leading the development of quality product and international standard. In this regard, the policies have been evidenced to support OTOP sector. As foresaid background and significance, the researcher initiated this independent study entitled “The Leadership of OTOP Entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Region. The objectives of this independent study were 1) to investigate opinions towards leadership of OTOP entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Region, and 2) to study the relationship between personal factors and leadership of OTOP entrepreneurs in Bangkok Metropolitan Region. The sample of this study was 400 individuals. The sample was selected based on an accidental sampling. A questionnaire was used as a research tool. Data collected were then analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, One-way ANOVA, and related research processes.

The results of this study indicated that this study was based on exploring the conceptual framework, related theories, and research. The methodology was conducted by synthesizing and gathering information for further revision and development to meet the research objectives. The results indicated that in terms of personal factors, most of the respondents were male, graduated with a bachelor’s degree, over 40 years, and had less than 5 years of work experience. In addition, the respondents’ opinion towards the overall leadership (idealized influence, inspirational motivation, intellectual stimulation, and individualized consideration) was at a high level ($\bar{X} = 4.23$). When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was inspirational motivation ($\bar{X} = 4.29$), followed by idealized influence ($\bar{X} = 4.27$), individualized consideration ($\bar{X} = 4.20$), and intellectual stimulation ($\bar{X} = 4.17$).

By the way, to achieve the success and practice, leaders in OTOP industry play an important role in driving the business under their leadership, business literacy and knowledge, inspirational motivation, and idealized influence in the same direction to mutually develop the business towards international success.

Keywords: Leadership, OTOP entrepreneurs

บทนำ

รัฐบาลได้ดำเนิน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โอท็อป ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 และดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมทั่วทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับประเทศในส่วนกลางและคณะกรรมการระดับภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน
2. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน
3. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาภาวะผู้นำของคนในชุมชน

ซึ่งเป็นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งโดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ ด้านเทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยกรมการพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมายให้มีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคง โดยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อีกทั้งกระทรวงมหาดไทย จึงได้กำหนดให้ “การส่งเสริมอาชีพผลิตสินค้า โอท็อป” เป็นนโยบายเร่งด่วนที่สำคัญ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยมอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนเป็นรากฐานเศรษฐกิจ ของประเทศ โดยเริ่มจากการรวมกลุ่มของประชาชนระดับฐานรากในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นเป็นแนวทางหนึ่งในการผลักดันการพึ่งตนเองและช่วยเหลือกันของชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาการประกอบอาชีพทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน ระดับกลุ่ม ชุมชน หมู่บ้าน ตำบล ตลอดจนเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี สามารถดำรงอยู่ได้และสามารถพัฒนา ต่อยอดไปถึงระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอนาคตต่อไป โดยโครงการดังกล่าวมีเป้าหมายจะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ovop) ที่ประสบความสำเร็จของญี่ปุ่นมาเป็นแบบอย่าง โดยโครงการโอท็อป กระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบล มาประทับตราว่า "ผลิตภัณฑ์ โอท็อป" และจัดหาเวทีในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์โอท็อปครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ผ้าและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร โดยมีโครงการนำร่องอยู่ 336 ตำบล และต้องการให้ทั้ง 7,000 ตำบลทั่วประเทศมีผลิตภัณฑ์หรือบริการเด่นออกสู่ตลาดโลก แต่ยังคงขาดการพัฒนาการบริหารงานคุณภาพที่จะช่วยส่งเสริมโครงสร้างของกลุ่มผลิตภัณฑ์ โอท็อป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างเป็นทางการตามงบประมาณปี 2545-2561 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปี 2545 เท่ากับ 16,700 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับ ปี 2561 เท่ากับ 19,044 ล้านบาท มีการเติบโตจากปี 2545 ถึง ปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 87.7 อีก

ทั้งสินค้า โอท็อป รายได้ในปี 2561 เท่ากับ 19,044 ล้านบาท ซึ่งจัดเป็นสัดส่วนเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของในประเทศ GDP คิดเป็นร้อยละ 1.2 % ซึ่งส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ผลการคัดระดับดาวการคัดสรร โอท็อป ปี 2562 จากผู้ประกอบการมากกว่า 18,000 ผลิตภัณฑ์พบว่าระดับสัดส่วนของการจัดสรรผลิตภัณฑ์ โอท็อป ระดับ 4 ดาว เท่ากับ 7,823 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าผลิตภัณฑ์ โอท็อป เป็นไปตามเงื่อนไขของกรมพัฒนาชุมชน อีกทั้งสินค้าผลิตภัณฑ์ โอท็อป ได้รับการยอมรับเกี่ยวกับสินค้าไทย และสินค้าท้องถิ่นที่ดี จาก CMMU ซึ่งเป็นผู้รวบรวมข้อมูลในประเทศไทยโดยเฉพาะในต่างประเทศจากงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านการเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ 2. ด้านการเป็นสินค้าที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น 3. ด้านความคิดสร้างสรรค์ จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสินค้า โอท็อป มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มเป็นสินค้าส่งออกในนามของแบรนด์ไทย แต่ยังคงเติบโตในสัดส่วนที่น้อยจากข้อมูลของกรมพัฒนาชุมชน พบว่าอัตราการเติบโตของสินค้า โอท็อป เพื่อการส่งออกในปี 2558 – 2562 มีรายได้จากการขายจำหน่ายสินค้า โอท็อป เท่ากับ 9,747 ล้านบาท และในปี 2562 เท่ากับ 17,998 ล้านบาท อัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 54.16 เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตในประเทศ และอัตราการเติบโตในต่างประเทศของปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 8.21 หรือเท่ากับ 94.81 : 5.19 จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาวะผู้นำของผู้วิจัยผู้นำจึงถือว่าเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการบริหารงานให้ประสบผลสำเร็จ การพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้าควรเริ่มต้นที่การสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้นกับผู้บริหารในฐานะเป็นผู้นำองค์กร จะต้องสร้างความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ผู้วิจัยจึงสนใจภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีผลต่อการบริหารงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

นิยามศัพท์

1. ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้นำในการเปลี่ยนแปลงซึ่งรวมถึงบุคคลที่สามารถชักจูงหรือชี้นำบุคคลอื่นให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความสามารถที่จะทำให้องค์กรดำเนินไปอย่างก้าวหน้าและบรรลุเป้าหมาย โดยการใช้อิทธิพลเหนือทัศนคติและการกระทำของผู้อื่น โดยผู้นำแสดงให้เห็นในการจัดการหรือการทำงาน เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชา โดยการเปลี่ยนสภาพหรือเปลี่ยนแปลงความพยายามของผู้ใต้บังคับบัญชาให้สูงขึ้นกว่าความพยายามที่คาดหวัง เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชาไปสู่ระดับที่สูงขึ้นและมีศักยภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการตระหนักรู้ในภารกิจและวิสัยทัศน์ของกลุ่มหรือองค์กรจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชามองไกลเกินกว่าความสนใจของพวกเขาไปสู่ประโยชน์ส่วนรวมของกลุ่มองค์กร หรือสังคม

2. กลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ หมายถึง องค์กรที่เกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ หรือทั้งสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค ธุรกิจนั้นโดดเด่นในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ซึ่งธุรกิจส่วนมากมีเอกชนเป็นเจ้าของ และบริหารจัดการเพื่อให้ได้กำไร และเพิ่มความมั่งคั่งแก่เจ้าของธุรกิจ

3. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีรูปร่างหรือมีคุณสมบัติทางกายภาพสามารถจับต้องได้ หรือสิ่งที่มนุษย์ผลิตขึ้น เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, เครื่องจักรอุตสาหกรรม, ยารักษาโรค ฯลฯ

4. สินค้า โอท็อป หมายถึง หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์ดีเด่นอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณีและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลนั้น แนวคิดนั้นเป็นการเน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชนและพัฒนาคุณภาพการผลิต

5. การจัดการ หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลใน องค์กร ร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และ การควบคุม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัย ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โอท็อปตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ และได้ดำเนินการสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำในการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างต่อภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม โอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านอุดมการณ์ ด้านแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านปัจเจกบุคคล

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 19,560 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 – มีนาคม 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

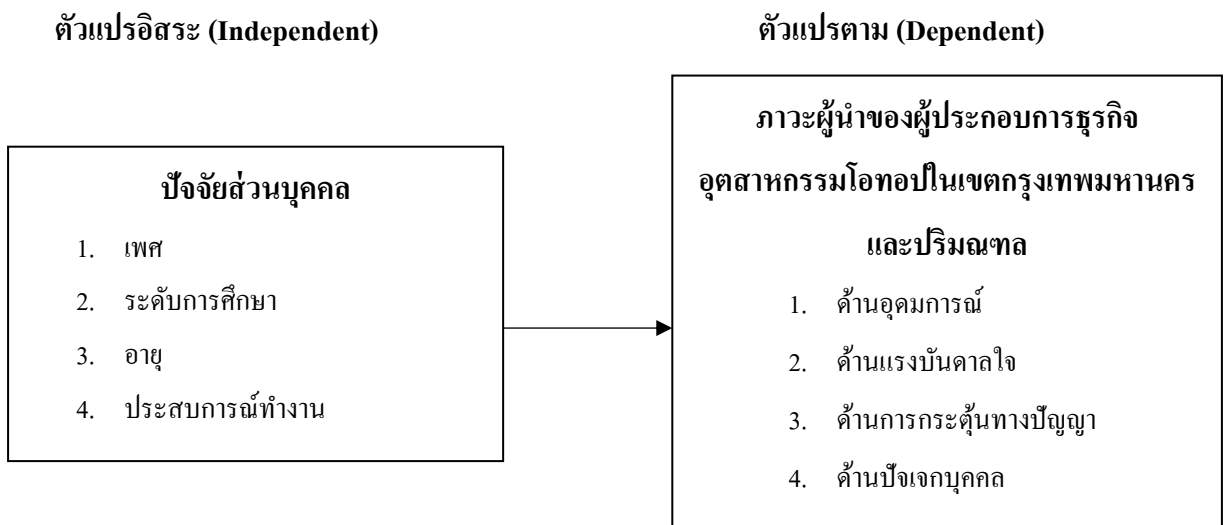
2. ทราบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยสำหรับนักวิจัยอื่น ๆ ที่สนใจประเด็นการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีของผู้นำจึงถือว่าเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ การพัฒนาองค์การให้ก้าวหน้าควรเริ่มต้นที่การสร้างภาวะผู้นำให้เกิดกับผู้นำผู้บริหารในฐานะเป็นผู้นำเองก็จะต้องสร้างความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน นั่นคือผู้บริหารจะต้องเป็นผู้นำ คำว่า ผู้นำกับคำว่า ภาวะผู้นำเป็นคำที่มีความสัมพันธ์กันเมื่อมีผู้นำก็ต้องมีภาวะผู้นำซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้นำที่อยู่ในตนเองทำให้ผู้อื่นรู้สึกถึงการเป็นผู้นำทั้งศาสตร์และศิลป์ ผู้นำจึงต้องเป็นผู้ที่มีทั้งศาสตร์และศิลป์อยู่ในตนเอง สร้างความโดดเด่นในกลุ่มทำให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มที่จะให้ความไว้วางใจและเชื่อใจว่าสามารถนำพาไปสู่ความสำเร็จทำให้ได้รับความร่วมมือและที่นอกเหนือไปจากนั้นคือการได้รับความเคารพนับถือ ได้รับความมอบหมายให้กำกับและประสานงานในกิจกรรมของกลุ่มมีความสัมพันธ์กันซึ่งผู้นำอาจเป็นผู้ที่ได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งเพื่อที่จะกำกับและประสานงานและนำไปสู่เป้าหมายด้วยพลังของกลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจเป็นผู้ออกคำสั่งเป็นผู้จัดปัญหาการโต้แย้งภายในกลุ่มสรุปได้ว่า ผู้นำ (Leader) คือบุคคลที่สามารถชักจูงหรือชี้นำบุคคลอื่น ให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

กรอบแนวความคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ทำงาน มีความแตกต่างกันมีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ และเพื่อให้การศึกษาครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษากำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากจำนวนประชากรจำนวนทั้งหมด 19,560 ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 สอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือจุดประสงค์ และ

ค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา แล้วนำแบบสอบถามที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและนำไปทดลองใช้ จำนวน 40 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.737 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าการแจกแจงความถี่ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 268 คิดเป็นร้อยละ 67.00 อายุ มากกว่า 40 ปี จำนวน 155 คิดเป็นร้อยละ 38.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 179 คิดเป็นร้อยละ 44.75 และ ประสบการณ์ทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 172 คิดเป็นร้อยละ 43.00 กล่าวคือ

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1.

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแสดงเป็นภาพรวม

ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านอุดมการณ์	4.27	0.70	มาก
ด้านแรงบันดาลใจ	4.29	0.69	มาก
ด้านการกระตุ้นทางปัญญา	4.17	0.71	มาก
ด้านปัจเจกบุคคล	4.20	0.74	มาก
ภาพรวม	4.23	0.71	มาก

จากตารางที่ 1. พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านแรงบันดาลใจอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ด้านอุดมการณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ด้านปัจเจกบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และด้านการกระตุ้นทางปัญญาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสามารถสรุปผลการศึกษา ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านอุดมการณ์ 2.ด้านแรงบันดาลใจ 3.ด้านปัญญา 4.ด้านปัจเจกบุคคล พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจ

อุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านแรงบันดาลใจอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ ด้านอุดมการณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) ด้านปัจเจกบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) และด้านปัญญาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

สรุปและวิจารณ์ผล

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากการศึกษาในเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญชนะ เมฆโต (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร และการตั้งใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการ : กรณีศึกษาบริษัทผลิตภัณฑ์สัตว์บรรจุกุ้งแห่งหนึ่ง กล่าวว่า พนักงานที่มีการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยรวมในระดับมากจะส่งผลให้พนักงานมีการตั้งใจลาออกจางานต่ำโดยรวม

2. ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอุดมการณ์แตกต่างกัน มีผลให้ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นด้านอุดมการณ์ ด้านแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านปัจเจกบุคคล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโอท็อป ต้องนำความรู้จากการเข้าอบรมและการวิเคราะห์แนวโน้มทางเศรษฐกิจมาจัดทำเป็นเอกสารเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนและจัดเก็บข้อมูล โดยแบ่งแยกเป็นหมวดหมู่ มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกริกเกียรติ ต่อกิจไพบูลย์ (2558) ได้ทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในงานกับพฤติกรรมการทำงานที่ดีขององค์กร โดยมีทุนทางจิตวิทยาส่วนบุคคลเป็นตัวแปรกำกับ กล่าวว่า องค์กรควรส่งเสริมให้หัวหน้างานมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงานสร้างแรงบันดาลใจกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และดูแลเอาใจใส่พนักงาน จนพนักงานสามารถปรับทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานให้ตอบสนองสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้นำ ของหัวหน้างาน ได้อย่างเหมาะสมองค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีต่องาน ต่อเพื่อนร่วมงานและต่อองค์กรจนเกิดเป็นความพึงพอใจในงาน โดยรวม ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงอย่างกลมกลืนเป็นธรรมชาติจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้ประกอบการของหน่วยงานหรือองค์กรอื่นได้
2. ควรกำหนดเครือข่ายกลุ่มประชากรให้ครอบคลุมทั่วทุกภาคในประเทศไทยให้เป็นสัดส่วนเพื่อให้ทราบข้อมูลได้อย่างทั่วถึงเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.อนุรักษ์ ไกรบุษย์ ได้ให้คำปรึกษาข้อแนะนำ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุง ข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากที่สุดผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ปริญญาภรณ์ พจน์อริยะ อาจารย์ ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์ และ คุณ กา ระเวก เจริญสุข ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้สั่งสอนถ่ายทอดแนวคิดองค์ความรู้และแนะแนวทางต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดจนเจ้าของผลงานวิชาการบทความงานวิทยานิพนธ์ งานคุณวุฒินิพนธ์ ที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษารวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ได้อำนวยความสะดวกด้วยดีเสมอมา จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว เพื่อนๆ และทุกท่านที่คอยสนับสนุน รวมถึงให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มต้นศึกษาจนกระทั่งการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ศราวุธ แทนทรัพย์

บรรณานุกรม

- เกริกเกียรติ ต่อกิจไพบูลย์.(2558).ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในงานกับพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร. โดยมีทุนทางจิตวิทยาด้วนบวกเป็นตัวแปรกำกับ. วิทยานิพนธ์.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรพิพัฒน์ แจ่มนิล.(2551). การศึกษาพฤติกรรมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารโรงเรียนสังกัด กรุงเทพมหานครตามการรับรู้ของครูและผู้บริหาร. วิทยานิพนธ์.กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยเสถียร พรหมศรี.(2549).ภาวะผู้นำองค์กรยุคใหม่ (Organizational Leadership).พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพฯ:ธรรม กมลการพิมพ์.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ.(2563).การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่18.กรุงเทพฯ:บริษัท เอส.อาร์.พี.ร่นติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ทองศักดิ์ ทองจันทร์.(2559). ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดองค์กรบริหารส่วน จังหวัดมหาสารคาม.วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- นิภา ทองก้อน.(2551). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จตามเป้าหมายของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิตสินค้า OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดราชบุรี.วิทยานิพนธ์.มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- นราวัลย์ สุวัจน์สุริยกุล. (2555). รูปแบบการจัดการคุณภาพโดยรวมในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6.วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
- บุญชนะ เมฆโต. (2560). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร และการตั้งใจ ลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการ:
กรณีศึกษาบริษัทผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์แห่งหนึ่ง (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ:
- ปิยณัฐธิดา เคนบุปผา. (2559). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุบลราชธานี เขต 2, มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ประณษา จงบุญวัฒนา.(2555).คู่มือพัฒนาภาวะผู้นำ. (Leadership Becoming a Resonant Leader).พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด
- แพรวภัทร ยอดแก้ว: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) (2555, มกราคม).
ค้นเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2563. จาก คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีชั้นสูงเว็บไซต์:
<http://tulip.bu.ac.th/~wathna.s/kpi5.4.pdf>
- วัฒนา สุนทรชัย: วัดความพึงพอใจอย่างไรจึงจะตอบคำถามของ สกอ.(2552).ค้นเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2563.
จาก คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีชั้นสูงเว็บไซต์: <http://tulip.bu.ac.th/~wathna.s/kpi5.4.pdf>
- สิริรักษ์ นัคนดนตรี.(2560). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการบริหาร โรงเรียนสู่การเป็นชุมชน แห่งการเรียนรู้อย่างมืออาชีพสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต5.วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกานี เลิศศักดิ์วานิช . (2557). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารตามความคิดเห็นของครู ในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระนอง . ภาคนิพนธ์ค้นคว้าอิสระ คุรุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Annie McKee, Richard Boyatzis, Frances Johnston. 2008. Becoming a Resonant Leader.
- Donald C. Hambrick, David A. Nadler & Michael L. Tushman 1998. Navigating Change.