

ของคนในสังคมปัจจุบัน มันไม่สิ้นสุดลงง่ายๆ ต่อให้ คสช. เข้ามาก็ตาม คสช. ลงมือไหว้ เลือกตงมือไหว้ ปัญหาที่กังวลมากกลับเข้ามาเกิดใหม่ เพราะเราไม่ได้แก้ปัญหาแบบยั่งยืน ขณะนี้เราแก้ปัญหาวัวไล่เฉยๆ กัดวัวไม่ได้อยู่ละกัน เพราะโดนควบคุม ไม่ได้สร้างความปรองดองที่แท้จริง เราไม่ได้แก้ไขปัญหาทางโครงสร้างของสังคมไทยที่ฝังรากลึกมานาน ฉะนั้นสิ่งที่ผมเห็นว่ารุนแรงที่สุดในประชากรก็คือ การแตกแยกของคนในสังคม ณ ปัจจุบันนี้ B

มุมมองเกี่ยวกับผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรม
 ภูมิภาคในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทย
 THE ANTECEDENT FACTORS AFFECTING THE SUCCESSFULNESS
 OF CERAMIC INDUSTRIAL DEVELOPMENT AT THE NORTHERN
 REGION OF THAILAND)

ดร.กฤษณะ ตาธาเรือ*
 สอนภาสตราจารย์ ดร.สุภกรู ศรีไสย**
 และ ดร.จัมพ์ วัภาคาศาส์***

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพของพื้นที่วิจัย วิเคราะห์ปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ และศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปัจจัยกับความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ของประเทศไทย ต่อผลจากแบบสอบถามผลการในองค์การอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือ จำนวน 953 คน (92.16 % ของการสุ่มแบบหลายขั้นตอน) ถูกวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-sample t-test การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และทฤษฎีเครือข่ายเส้นทางการวิจัยโปรแกรม USREL ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในระดับสูง (P < .05) ได้แก่ ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ และความสำเร็จ ส่วนการจัดการความรู้อยู่ในระดับต่ำ 2) องค์ประกอบ ปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก เป็นไปตามข้อตกลงทางสถิติคือ Chi-square =

* นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนารองศาการ
 มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.
 ** รองศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ.
 *** อธิการบดีมหาวิทยาลัยเจ้าพระยา ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ.

151.03, $df = 203$, P -value = 0.997, $RMSEA = 0.000$ และน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.80 พบว่า ก) ปัจจัยภาวะผู้นำ มี 6 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การมีวิสัยทัศน์ การนำการเปลี่ยนแปลง การสร้างแรงบันดาลใจ การยกระดับปฏิบัติงาน ความสามารถเป็นแบบอย่าง และการเปิดโอกาสการเรียนรู้ ข) ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การมี 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การเน้นการทำงานร่วมกัน การเน้นพันธกิจองค์การ และการเน้นการแข่งขัน ค) ปัจจัยการจัดการความรู้ มี 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและการใช้ความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการใช้ความรู้ และ ง) ปัจจัยความสำเร็จมี 1 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ กระบวนการภายใน และ 3) ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมสามารถได้รับอิทธิพลทางตรงมาจากภาวะผู้นำ (Direct Effect or $DE = 0.18$) วัฒนธรรมองค์การ ($DE = 0.18$) และการจัดการความรู้ ($DE = 0.45$) ในขณะที่ยัยตัวแปรพัฒนากรรมวิธีการทางอ้อมมาจากภาวะผู้นำ (Indirect Effect = 0.46) โดยผ่านตัวแปรพัฒนากรรมวิธีการ และ/หรือการจัดการความรู้ และพบว่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรทั้งสามดังกล่าวสามารถทำนายความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก ได้ร้อยละ 62.70 อย่างไรก็ตามมีสัดส่วนที่ระดับ .05

คำสำคัญ: มุ่งปัจจัยต่อความสำเร็จ, อุตสาหกรรมเซรามิก, เขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

ABSTRACT

The main objectives of this study was to investigate states of antecedent factors, to analyze the crucial antecedent factors on the successfulness, and to examine the causal relationships among antecedent factors affecting the Successfulness of the Ceramic Industrial Development (SCID) at the Northern Region of Thailand (NRT). Data from a set of questionnaires were drawn from 953 personnel in the ceramic industrial organization (92.16 % of random sampling with multi-stage random sampling), were analyzed by frequency, percentage, means, standard deviation, one-sample t-test, confirmatory factor analysis, and path analysis with LISREL Version 8.72. Research results were as follows: 1) States of antecedent factors affecting the SCID

were at the high level with $P < .05$, namely leadership, organizational culture, and successfulness factors. On the contrary, the knowledge management factor was at the low level: 2) The antecedent components affecting the successfulness of the SCID with the statistical assumptions and factor loadings ≥ 0.80 were as: Chi-square = 151.03, $df = 203$, P -value = 0.99749, $RMSEA = 0.000$, and as follows: a) 6 crucial components of leadership factors, namely having visions, changing conduction, ability in inspiration building, increasing the perform level, ability in exemplar, and opening the learning chance, b) 3 crucial components of organization culture factors, namely participation emphasizing, organizational mission emphasizing, and competition emphasizing, c) 5 crucial components of knowledge management factor, namely knowledge seeking, knowledge building, knowledge keeping and accessing, knowledge dissemination, and knowledge using, and d) 1 crucial component of successfulness factor, namely internal process: and 3) The successfulness of the SCID got direct effects from the crucial factors of leadership (Direct Effect or $DE = 0.18$), organizational culture ($DE = 0.18$), and knowledge management ($DE = 0.45$). In addition, it got indirect effect from the leadership factor (Indirect Effect = 0.46) through the organizational culture and/or knowledge management factors. Also, it was found that those three crucial factors could be predicted the direct/indirect effects on the successfulness of the SCID at the 62.70 percent with the .05 level of significance.

Keywords: Antecedent Factors on Successfulness, Ceramic Industry, Northern Region of Thailand

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ทางอุตสาหกรรมและการแข่งขันทางธุรกิจท่ามกลางสถานะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำผันผวน วิกฤติพลังงาน ข้อจำกัดทางการขยายการขยายตัวของพลเมืองโลก อีกทั้งความท้าทายของกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลง

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้องค์กรต่างๆ มุ่งแสวงหาแนวคิดทฤษฎีใหม่ๆ ในการพัฒนาการบริหารจัดการ และการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล อันจะนำมาซึ่งผลผลิตหรือผลประกอบการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนด ตลอดจนเพื่อสนองตอบอย่างเท่าเทียมต่อสถานการณ์และสภาพแวดล้อมในการบริหารจัดการขององค์กรที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจที่มุ่งเข้าสู่สังคมและเศรษฐกิจฐานความรู้ที่มองว่าความรู้เป็นทุนทางปัญญาที่สำคัญสร้างมูลค่าทางธุรกิจ อุตสาหกรรมเซรามิกจึงเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งในด้านภาวการณ์รายได้ การจ้างงาน และการนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่ภาครัฐให้ความสำคัญลำดับในการสนับสนุนส่งเสริม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่มีความเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมแพทย์ และอุตสาหกรรมรถยนต์ ฯลฯ นอกจากนี้อุตสาหกรรมเซรามิกยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีประวัติศาสตร์และฐานการผลิตในประเทศมานานโดยใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่สามารถแยกได้ 5 ประเภทหลักคือ 1) กระเบื้องปูพื้น ผนัง และโมเสก 2) เครื่องสุขภัณฑ์ 3) เครื่องใช้ในโต๊ะอาหาร 4) ของชำร่วยและเครื่องประดับ และ 5) ลูกถ้วยไฟฟ้า (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554: 1)

ในด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมเซรามิกไทยมีการพัฒนาให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมเซรามิกดังกล่าวส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และมีการใช้แรงงานฝีมือค่อนข้างมาก กอปรกับภาครัฐที่ได้เห็นความสำคัญและพยายามให้การสนับสนุนการเติบโตและการก้าวหน้าโดยยุทธศาสตร์ SME ขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ คุณภาพและรูปแบบที่เป็นหนึ่งในอาเซี่ยน (Best Quality and Design in ASEAN) ซึ่งมียุทธศาสตร์สำคัญคือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมในด้านคุณภาพ (Quality) รูปแบบ (Design) บริการ (Service) ชื่อเสียง (Reputation) และตราสินค้า (Brand Name) และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง มีการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

และสร้างช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554: 9) และการพัฒนาแนวความคิดให้ไทยเป็นศูนย์กลางแห่งการค้าและการแข่งขันของเอเชีย โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้คือ “ผู้ผลิตขนาดกลางและเล็ก ในอุตสาหกรรมเซรามิก ไทยมุ่งสู่หนึ่งวงการการผลิตเซรามิกเชิงสร้างสรรค์ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในปี พ.ศ. 2563” โดยมียุทธศาสตร์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเซรามิก ในภาพรวมให้สามารถเป็นไปตามวิสัยทัศน์ (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554: 9) ที่เขียนไว้ว่า

ปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย โดยมีโรงงานกว่า 600 โรงงาน และส่วนใหญ่อตั้งอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดลำปางมีจำนวนมากกว่า 200 โรงงาน ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ของโรงงานเซรามิกในภาคเหนือเนื่องจากมีความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรคือ ดิน หิน และแร่ โดยในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเซรามิกจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายของผู้ประกอบการในกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีการใช้แรงงานที่อาศัยความประณีตของฝีมือแรงงาน ตลอดจนองค์ความรู้สำหรับการสร้างสรรค์ผลงาน อีกทั้งในกระบวนการผลิตมีความหลากหลายของเทคโนโลยี ตั้งแต่ระดับชาวบ้านไปจนถึงระดับสูง

อย่างไรก็ตามจากภาวะถดถอยอย่างหนักของเศรษฐกิจโลก วิกฤติพลังงาน และแนวโน้มการปรับเปลี่ยนของแก๊สธรรมชาติ ตลอดจนค่าจ้างแรงงานที่ทะลุทะลวงและเป็นต้นทุนเด่นหลักของกระบวนการผลิต รวมทั้งต้องอาศัยแรงงานในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต และต้องอาศัยฝีมือความประณีต ตลอดจนความรู้ความชำนาญของพนักงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ นอกจากนี้สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้รายงานผลการศึกษาค้นคว้าของอุตสาหกรรมเซรามิกว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) จุดอ่อนของอุตสาหกรรมเซรามิกว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ซึ่งมีต้นทุนทางเทคโนโลยีไม่สูงมาก แต่ใช้แรงงานคนเป็นหลัก โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจ และการใช้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ ในขณะที่อุตสาหกรรมเซรามิกต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญ ความประณีต และเทคนิคต่างๆ จากแรงงานในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ เช่น ด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยี ด้านการจัดการธุรกิจ รวมถึงผู้ผลิตไม่แบบ (Designer) เป็นของตนเอง

เนื่องจากเป็นผู้รับจ้างผลิต ไม่มีเครื่องหมายการค้า (Brands) ที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลกเป็นของตนเอง ยกเว้นผู้ผลิตรายใหญ่ที่ใช้ระยะเวลาและเงินลงทุนสูง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554: 6)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ และการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย เนื่องจากมีงานวิจัยจำนวนมากที่พบว่า ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ และการจัดการความรู้ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาขององค์การ (Robbins, 2005; Garavan, 2007; Block, 2003; Hellriegel et al, 2001; Darling and Heller, 2009; Ewest and College, 2010) อีกทั้งการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาที่เน้นเพื่อการพัฒนากระบวนการหรือผลิตภัณฑ์อันยังขาดงานวิจัยที่เกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในด้านการบริหารจัดการ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องนี้เพื่อนำเสนอข้อมูล ตลอดจนข้อเสนอแนะไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานวิจัย และนำไปสู่แนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การกำหนดนโยบาย หรือการวางแผนการดำเนินงานขององค์การต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

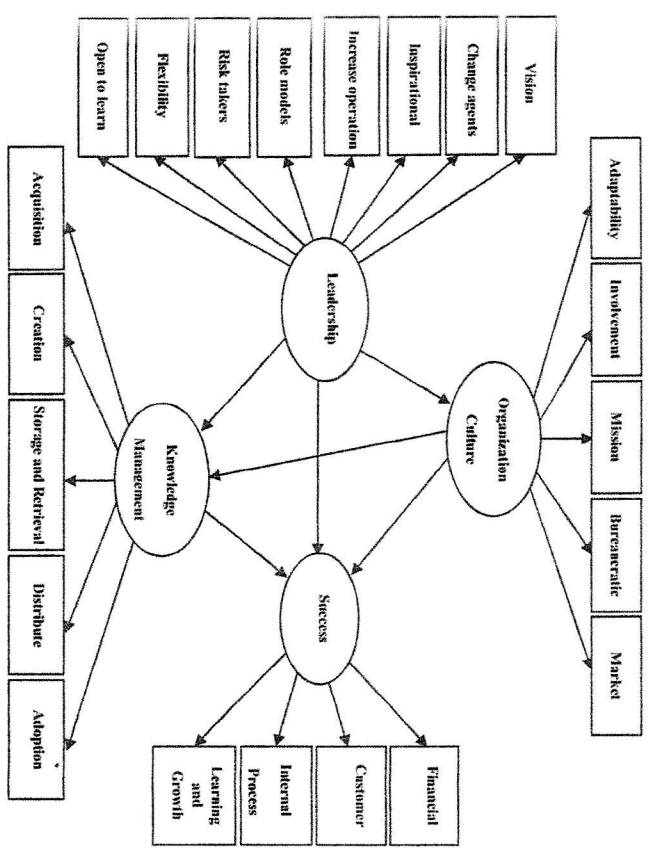
1. เพื่อศึกษาสภาพของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และทฤษฎี

การศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีต่อไปนี้เป็นแนวทางในการสร้างและพัฒนามาโมเดลความสัมพันธ์เชิงเหตุผลคือ ก) ด้านภาวะผู้นำ ใช้ทฤษฎีภาวะ

ผู้นำเชิงปฏิรูป (Transformational Leadership Theories) ที่ประยุกต์จากแนวความคิดของ Burns (1978); Bass (1985); Lussier and Achua (2001); DuBriq (2007); และ McShane and Von Glinow (2009) ข) ด้านวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) ประยุกต์จากแนวคิดของ Handy (1978); Harrison (1972); Cameron and Quinn (2011); Denison (2000); และ Daf et al. (2010) ค) ด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ประยุกต์จากแนวความคิดของ Bhatt (2001); Marquardt (2002); Birkshaw and Sheehan (2002); Laudon and Laudon (2006); Beesley and Cooper (2008); วิจารณ์ พานิช (2548); และ พยัต ฐิติรงค์ (2550) และ ง) ด้านความสำเร็จ (Success) ในการพัฒนาองค์การอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับ Balanced Scorecard ของ Kaplan and Norton (1996) สำหรับแบบจำลองที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นปรากฏดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แบบจำลองเต็มรูปแบบ (Full Path Model) ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย



หมายเหตุ: สัญลักษณ์ของแต่ละปัจจัยแบ่ง และองค์ประกอบเชิงสังเกตในแบบจำลอง เป็นดังนี้

1. Leadership = ภาวะผู้นำ ประกอบด้วย 1) Vision = การมีวิสัยทัศน์ 2) Change agents = การนำการเปลี่ยนแปลง 3) Inspirational = ความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจ 4) Increase operation = การยกระดับการปฏิบัติงาน 5) Role models = ความสามารถเป็นแบบอย่าง 6) Risk takers = กล้าเผชิญกับความเสี่ยง 7) Flexibility = มีความยืดหยุ่น และ 8) Open to learn = เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้
2. Organizational Culture = วัฒนธรรมองค์การ ประกอบด้วย 1) Adaptability = วัฒนธรรมเน้นการพัฒนา 2) Involvement = วัฒนธรรมเน้นการมีส่วนร่วม 3) Mission = วัฒนธรรมเน้นพันธกิจ 4) Bureaucratic = วัฒนธรรมเน้นโครงสร้างกฎระเบียบ และ 5) Market = วัฒนธรรมเน้นการแข่งขัน
3. Knowledge Management = การจัดการความรู้ ประกอบด้วย 1) Acquisition = การแสวงหาความรู้ 2) Creation = การสร้างความรู้ 3) Storage and Retrieval = การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ 4) Distribute = การเผยแพร่ความรู้ และ 5) Adoption = การใช้ความรู้
4. Success = ความสำเร็จในการพัฒนาขององค์การอุตสาหกรรมอเมริกา ในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย 1) Financial = ด้านการเงิน 2) Customer = ด้านลูกค้า 3) Internal process = ด้านกระบวนการภายใน และ 4) Learning and growth = ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

สมมุติฐานของทฤษฎี

1. ระดับของบุปปัจจัยมีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทย เมื่อเทียบกับภาคเหนือละ 80 อย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ .05
2. องค์ประกอบคัดเลือกสรร (Selected Factors) ตามโครงสร้างเชิงนิยน์ (Confirmatory Structure) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทย ท้องถิ่นประกอบและทุกปัจจัยที่นำมาศึกษา เป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจในเขตพัฒนาภาคเหนือ

บทสรุปประเทศไทย

3. องค์ประกอบคัดเลือกสรร (Selected Factors) และปัจจัยที่นำมาศึกษาทุกด้านมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทยดังที่คือ

ความสำเร็จ (Success) ในการพัฒนาองค์การอุตสาหกรรมเศรษฐกิจในเขตพัฒนาภาคเหนือของประเทศไทยได้รับอิทธิพลทางตรงมาจากภาวะผู้นำ (Leadership) วัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และในขณะเดียวกันได้รับอิทธิพลทางอ้อมมาจากภาวะผู้นำ (Leadership) โดยส่งผ่านวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) และการจัดการความรู้ (Knowledge Management) อย่างไรก็ตามมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ขอบเขตของทฤษฎี

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นผู้บริหารและพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยใน 4 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน ตาก และลำปาง จำนวนเป็นโรงงานขนาดย่อม 165 แห่ง ขนาดกลาง 28 แห่ง และขนาดใหญ่ 12 แห่ง รวม 205 แห่ง และจำนวน 1,034 คน จากจำนวนทั้งหมด 10,158 คน [การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จของเคริชชี และมอร์แกน (Kieicic and Morgan, 1970: 607-610 อ้างถึงใน สุทธิชัย ศรีไสย์, 2551: 132-133) และใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent Variable) และตัวแปรสังเกต (Observe Variable) ดังนี้

- 2.1 ตัวแปรแฝง (Latent Variable) มีจำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำ (ใช้สัญลักษณ์คือ Leadership) 2) วัฒนธรรมองค์การ (ใช้สัญลักษณ์คือ Organizational Culture) 3) การจัดการความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Knowledge Management) และความสำเร็จ (ใช้สัญลักษณ์คือ Success)
- 2.2 ตัวแปรสังเกต (Observe Variable) ในแต่ละตัวแปรแฝง ประกอบด้วยประกอบดังนี้

2.2.1 ภาวะผู้นำ (Leadership) มี 8 องค์ประกอบคือ วิสัยทัศน์ (ใช้

สัญลักษณ์คือ Vision) นำการเปลี่ยนแปลง (ใช้สัญลักษณ์คือ Change Agents) สร้างแรงบันดาลใจ (ใช้สัญลักษณ์คือ Inspirational) กระตุ้นการปฏิบัติงาน (ใช้สัญลักษณ์คือ Increase Operation) สามารถเป็นแบบอย่าง (ใช้สัญลักษณ์คือ Role Models) กล้าเผชิญกับความเสี่ยง (ใช้สัญลักษณ์คือ Risk Takers) มีความยืดหยุ่น (ใช้สัญลักษณ์คือ Flexibility) และมีเปิดโอกาสการเรียนรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Open to Learn)

2.2.2 วัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) มี 5 องค์ประกอบคือ เน้นการพัฒนา (ใช้สัญลักษณ์คือ Adaptability) เน้นการมีส่วนร่วม (ใช้สัญลักษณ์คือ Involvement) เน้นพันธกิจ (ใช้สัญลักษณ์คือ Mission) เน้นโครงสร้างกฎระเบียบ (ใช้สัญลักษณ์คือ Bureaucratic) และเน้นการแข่งขัน (ใช้สัญลักษณ์คือ Market)

2.1.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management) มี 5 องค์ประกอบคือ การแสวงหาความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Acquisition) การสร้างความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Creation) การจัดเก็บและเข้าถึงความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Storage and Retrieval) การเผยแพร่ความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Distribute) และ 5) การใช้ความรู้ (ใช้สัญลักษณ์คือ Adoption)

2.2.4 ความสำเร็จ (Success) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย มี 4 องค์ประกอบคือ การเงิน (ใช้สัญลักษณ์คือ Financial) ลูกค้า (ใช้สัญลักษณ์คือ Customer) กระบวนการภายใน (ใช้สัญลักษณ์คือ Internal Process) และความรู้และพัฒนา (ใช้สัญลักษณ์คือ Learning and Growth)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลของการศึกษาทำให้ผู้เกี่ยวข้องทราบถึงปัญหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย
2. ผลของการศึกษามีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งทางตรงและทางอ้อมในอันที่จะนำข้อมูลต่างๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน

ในการดำเนินงานของการวิจัยมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3. ผลของการศึกษารวบรวมในครั้งนั้นจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องการศึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานในการวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียงกับเรื่องต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงพรรณนา (Survey & Descriptive Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา มีการตรวจสอบความตรง (Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน มีค่าสัมประสิทธิ์ความผิดพลาด (Item Objective Congruence: IOC) ทั้งหมดเป็น 0.90 ในทำนองเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟา (Alpha-reliability Coefficient) ทั้งหมดเป็น 0.983 ข้อมูลที่ได้รับกลับทั้งหมดจำนวน 953 ชุดถูกนำไปวิเคราะห์และนำเสนอโดยใช้โปรแกรมการคำนวณชุดค่าสถิติสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีแบบ One-sample t-test การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตามโครงสร้าง (Confirmatory Factor Analysis) โดยรายงานผลค่าอำนาจพยากรณ์ประกอบแบบ Completely Standardized Solution และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) โดยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72 แบบ Basic Model

ผลการวิจัย

1. ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 “ศึกษาสภาพของหมู่บ้านวิจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย” พบว่า สภาพหมู่บ้านวิจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกที่อยู่ในระดับสูง ($P < 0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ [มีอุตสาหกรรมเซรามิกที่อยู่ในระดับสูง] ยกระดับการปฏิบัติงาน [มีความวิสัยทัศน์ นำการเปลี่ยนแปลง สร้างแรงบันดาลใจ ยกระดับการปฏิบัติงาน] ปัจจุบันสามารถเป็นแบบอย่าง กล้าเผชิญกับความเสี่ยง และมีความยืดหยุ่น] ปัจจุบันวัฒนธรรมองค์การ [วัฒนธรรมองค์การเน้นการมีส่วนร่วม วัฒนธรรมองค์การเน้นโครงสร้างกฎระเบียบ และวัฒนธรรมองค์การเน้นการแข่งขัน] ปัจจุบันความสำเร็จ [ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา] ส่วนปัจจัยการวัดการวัดความสำเร็จอยู่ในระดับต่ำ

2. ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 “วิเคราะห์ปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย” กับเกณฑ์ Completely Standardized Solution ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไปพบว่า

2.1 ภาวะผู้นำ (Leadership) มี 6 องค์ประกอบทั้งหมด 8 องค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) ภารกิจที่ 2) นำการเปลี่ยนแปลง 3) สร้างแรงบันดาลใจ 4) ยกระดับการปฏิบัติงาน 5) มีความสามารถเป็นแบบอย่าง และ 6) เปิดโอกาสการเรียนรู้ ผู้กำหนดองค์ประกอบแบบ Completely Standardized Solution เป็น 0.81, 0.81, 0.86, 0.85, 0.80, และ 0.81 ตามลำดับ ซึ่งไม่เป็นตามเกณฑ์มาตรฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

2.2 วัฒนธรรมองค์การ (Organization Culture) มี 3 องค์ประกอบทั้งหมด 5 องค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) วัฒนธรรมองค์การเน้นการมีส่วนร่วม 2) วัฒนธรรมองค์การเน้นพันธกิจ และ 3) วัฒนธรรมองค์การเน้นการแข่งขัน มีค่ากำหนดองค์ประกอบแบบ Completely Standardized Solution เป็น 0.80, 0.80, และ 0.80 ตามลำดับ ซึ่งไม่เป็นตามเกณฑ์มาตรฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

2.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ทั้ง 5 องค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญคือ 1) การแสวงหาความรู้ 2) การสร้างความรู้ 3) การจัดเก็บและการเข้าถึงความรู้ 4) การเผยแพร่ความรู้ และ 5) การใช้ความรู้ มีค่ากำหนดองค์ประกอบแบบ Completely Standardized Solution เป็น 0.88, 0.89, 0.90, 0.83, และ 0.82 ตามลำดับ ซึ่งเป็นตามเกณฑ์มาตรฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

2.4 ความสำเร็จ (Success) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย มีเพียงองค์ประกอบเดียวที่เป็นองค์ประกอบสำคัญคือ ด้านกระบวนการภายใน มีค่ากำหนดองค์ประกอบแบบ Completely Standardized Solution เป็น 0.91 ซึ่งไม่เป็นตามเกณฑ์มาตรฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

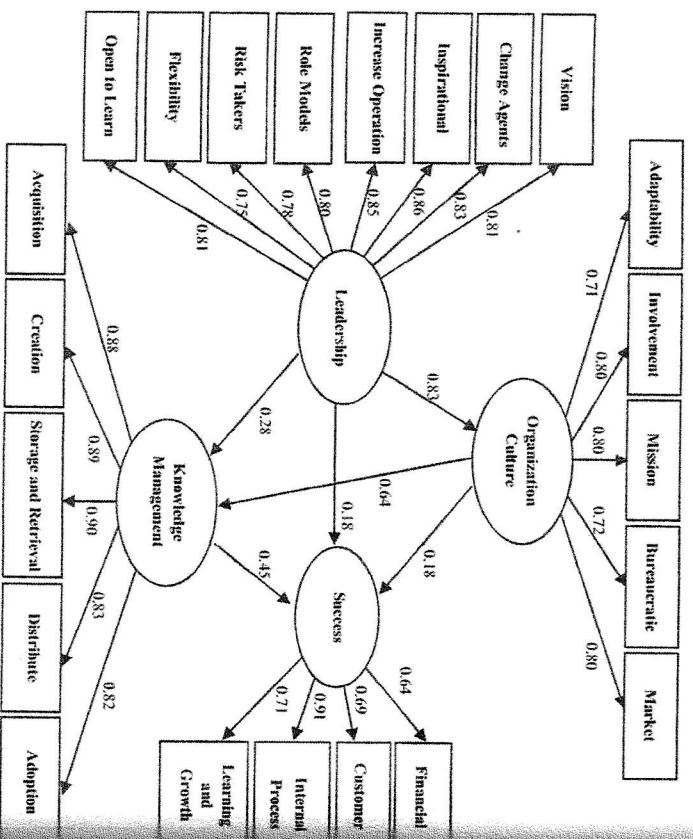
3. ศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 “ศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย”

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์เส้นทาง ทางตรง ทางอ้อม และรวม ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลตามแบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

Dep. V.	Indep. V	R-square	F	Path Coefficients		
				DE	IE	TT
○ Organization Culture	○ Leadership	0.5840	133.50*	0.83*	0.00	0.83
○ Knowledge Management	○ Leadership ○ Organization Culture	0.6700	965.51*	0.28*	0.00	0.50
○ Success	○ Leadership ○ Organization Culture ○ Knowledge Management	0.6270	531.22*	0.18*	0.56	0.64
				0.18*	0.04	0.22
				0.45*	0.15	0.60

*p < .05 Remark: Dep. V. = Dependent Variable; Indep. V. = Independent Variable; DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TT = Total

ภาพที่ 2 Overidentified Model ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลแบบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิก ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย



Chi-square = 151.03, df = 203, P-value = 0.99749, RMSEA = 0.000

ข้อมูลเชิงสมมติฐานนำไปวิเคราะห์กับโปรแกรม LISREL Version 8.72 ทดลองครั้งแรกสำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งสุดท้ายที่ได้คือ Chi-square = 151.03, df = 203, P-value = 0.99749, RMSEA = 0.000 เป็นไปตามข้อตกลงทางสถิติ เรียกว่าแบบจำลองที่มีการดัดแปลงใหม่เรียกว่า Overidentified Model ส่วนการแปลความหมายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลองใช้เกณฑ์ของดีวีว และเบ็ค (Devore, J. & Peck, R., 2001 อ้างถึงใน สุทธิชัย ศรีไสย์, 2551: 219) ดังนี้ ก) 0.80-1.00 อยู่ในระดับสูงมาก ข) 0.50-0.79 อยู่ในระดับปานกลาง และ ค) 0.00-0.49 อยู่ในระดับต่ำ สรุปผลการวิเคราะห์เป็นไปตามตารางที่ 1 และภาพที่ 2 และ

จากข้อมูลทางสถิติดังกล่าวสรุปได้ว่า แบบจำลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถที่จะอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลได้คือ

ความสำเร็จ (Success) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิก ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยได้รับอิทธิพลทางตรงมาจากปัจจัยตัวนำ (Leadership) อยู่ในระดับต่ำ (Direct Effect or DE = 0.18) ปัจจัยตัวนำวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) อยู่ในระดับต่ำ (DE = 0.18) และปัจจัยตัวนำการจัดการความรู้ (Knowledge Management) อยู่ในระดับต่ำ (DE = 0.45) เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ในขณะเดียวกันได้รับอิทธิพลทางอ้อมมาจากภาวะผู้นำ (Leadership) อยู่ในระดับปานกลาง (Indirect Effect = 0.56) โดยผ่านตัวนำด้านวัฒนธรรมองค์การ (Organizational Culture) และ/หรือการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และพบว่า อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรทั้งสามด้านดังกล่าวสามารถทำนายความสำเร็จ (Success) ขององค์การอุตสาหกรรมชาวมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือได้ร้อยละ 62.70 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาวมิก ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยตัวนำภาวะผู้นำอยู่ในระดับสูงคือ 1) การมีวิสัยทัศน์ 2) การนำการเปลี่ยนแปลง 3) ความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจ 4) การยกระดับการปฏิบัติงาน 5) ความสามารถเป็นแบบอย่าง 6) ถ้าเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง และ 7) มีความยืดหยุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแฮสเซิล (Heess, 2006: 4) ที่อธิบายถึงภาวะผู้นำที่เป็นเลิศว่า พื้นฐานสำคัญของการสำเร็จของการ โดยเฉพาะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และสามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์ไปยังผู้ตามเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ มีเทคนิคในการปฏิบัติงานที่เป็นแบบอย่าง มีมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะทางความคิดและการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีบุคลิกภาพที่ดี และมองในแง่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุงกักและพิคโคโล (Budge and Piccolo, 2004: 755-766) ที่พบว่า พฤติกรรมผู้นำเชิงปฏิบัติมีความสัมพันธ์สูงมากกับ 6 ด้านคือ 1) ความพึงพอใจ

ในนางของพนักงาน 2) ความพึงพอใจของผู้นำ 3) แรงจูงใจพนักงาน 4) ผลการปฏิบัติงานของผู้นำ 5) ผลการปฏิบัติงานขององค์กร และการ 6) ประสิทธิภาพของผู้นำ ส่วนด้านวัฒนธรรมองค์การ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับสูง คือ 1) เน้นการมีส่วนร่วม 2) เน้นโครงสร้างกระเปาะ และ 3) เน้นการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนภา ทองลวด (2550: 239) ที่อธิบายผลของการศึกษาเชิงคุณภาพว่า การดำเนินมาของโรงงานเชรมิกส่วนใหญ่จะรับงานตามใบสั่งซื้อของลูกค้าที่มีภาระลูกค้าขณะผลิตด้วยเช่นอย่างชัดเจน จึงต้องมุ่งเน้นคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิต และการทำงานที่จับงานของพนักงานจะปฏิบัติตามระเบียบวินัยอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้โรงงานจะเน้นการอยู่แบบพี่น้อง มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน บางครั้งผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการโรงงานเชรมิกจะลงมือปฏิบัติงานร่วมกับพนักงาน เช่น การวาดลวดลาย หรือการแต่งแต้มสีในผลิตภัณฑ์ การควบคุมเครื่องจักร และการสอนงาน ส่วนปัจจัยด้านการจัดการความรู้ ผลการศึกษพบว่า การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและการเข้าถึงความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการใช้ความรู้ที่อยู่ในระดับต่ำ พืชนี้ทางองค์การอุตสาหกรรมเชรมิกสามารถนำหลักแนวคิดและกระบวนการจัดการความรู้มาใช้

ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก็จะสามารถสร้างความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ดังที่บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2552: 127-140) พบว่า องค์การที่ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้อันดับ 1 SET AWAEEDS ในปี 2546-2549 และรางวัลคุณภาพแห่งชาติ ในปี 2545-2548 ที่พบว่าการจัดการความรู้ที่สนับสนุนให้องค์กรจะประสบความสำเร็จประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ กลยุทธ์การจัดการความรู้ รูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ปัจจัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความรู้ สำหรับปัจจัยด้านความสำเร็จ ผลการศึกษพบว่า ในภาพรวมด้านการเงินอยู่ในระดับต่ำ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนาอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเชรมิกกำลังประสบปัญหาในด้านการเงินซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยด้านวิกฤติพลังงานและแนวโน้มการปรับขึ้นราคาวัตถุดิบ ตลอดจนผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ตามที่สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2554: 6) ได้ศึกษาและอธิบายถึงจุดอ่อนของอุตสาหกรรมเชรมิกโดยพบว่า อุตสาหกรรมเชรมิก

ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ส่วนใหญ่มีต้นทุนทางเทคโนโลยีไม่สูงมาก ใช้แรงงานคนเป็นหลัก โดยต้องอาศัยความประณีต ความรู้ความชำนาญ และเทคนิคต่างๆ จากแรงงานในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ดังนั้นจากสาเหตุหลักในสองประการนี้จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมเชรมิก

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชรมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ตามแบบจำลองโครงสร้าง พบว่า ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชรมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือได้รับอิทธิพลทางตรงมาจากปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ และปัจจัยด้านการจัดการความรู้ อยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่ขณะเดียวกันได้รับอิทธิพลทางอ้อมมาจากภาวะผู้นำ อยู่ในระดับต่ำ โดยผ่านทางเป้าปรด้านวัฒนธรรมองค์การ และ/หรือ การจัดการความรู้ และพบว่า อิทธิพลทางตรงและอ้อมของตัวแปรทั้งสามตัวดังกล่าวสามารถทำนายตัวแปรตามคือความสำเร็จขององค์การอุตสาหกรรมเชรมิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือได้ร้อยละ 62.70 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งผลของการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเอคินู และสิโมสึ (Xelikou and Simosi, 2006: 566-579) ที่พบว่า วัฒนธรรมเน้นผลสำเร็จ วัฒนธรรมเน้นการปรับตัว มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการมีแบบสร้างความสำเร็จแบบเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมเน้นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานโดยส่งผ่านวัฒนธรรมเน้นผลสำเร็จ ในขณะที่งานวิจัยของเฮลริจอล และเคณะ (Hellriegel et al. 2001) พบว่า องค์การจะมีวัฒนธรรมหนึ่งวัฒนธรรมที่ดีที่สุดเท่าที่ประสิทธิภาพผลิตขององค์การสูง โดยความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับประสิทธิภาพผลิตขององค์การมีดังนี้ 1) วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานในระดับสูง 2) วัฒนธรรมองค์การจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การในทศวรรษหน้า 3) วัฒนธรรมองค์การที่ขัดขวางผลการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่ยาก แต่วัฒนธรรมองค์การที่ส่งเสริมพัฒนาได้อย่างมีเหตุจะมีผลด้วยสถิติปัญหาของพนักงาน และ 4) ผู้บริหารที่เข้าใจ และสนับสนุนวัฒนธรรมจะทำให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่สามารถระดับผลการปฏิบัติงานได้สูงขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับการบริหารจัดการสิ่งนโยบายระดับชาติ

1.1 ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารของอุตสาหกรรมเซรามิกในเชิงทักษะการบริหารในด้านภาวะผู้นำอย่างต่อเนือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดการความรู้ ควรมีกัลยยุทธ์และแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนที่สามารถติดตาม ตรวจสอบ และประเมินความสำเร็จในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิกมีความเข้าใจและสามารถนำองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดและพัฒนาการดำเนินงานและนำมาสู่กระบวนการจัดการความรู้ที่แท้จริง เพื่อพัฒนาการดำเนินงานและนำมาสู่ผลิตภัณท์ที่สร้างสรรค์ ต่อ ยอดองค์ความรู้ที่นวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรมเซรามิก ตลอดจนเป็นสังคมธุรกิจแห่งการเรียนรู้ได้อย่างเป็นรูปธรรม

1.2 จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยด้านการเงินอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสามารถในการลดข้อผิดพลาดความสูญเสียขั้นพื้นฐานการผลิต ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนากระบวนการผลิตและการทำงานที่ลดข้อผิดพลาดและความสูญเสียจากการดำเนินงาน

2. สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการเซรามิก

2.1 ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมเซรามิก ควรให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้พนักงานมีการเรียนรู้ที่มากขึ้นโดยกำหนดผู้รับผิดชอบและแผนการดำเนินงาน ตลอดจนเทคโนโลยีที่สนับสนุนการขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ อีกทั้งควรส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงาน เปิดโอกาสให้พนักงานมีการแสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน และการศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน และนำไปสู่วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ขององค์กรอุตสาหกรรมเซรามิก

2.2 การพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมเซรามิกควรวางแผนการพัฒนาการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ประการแรกในส่วนของบริษัทลูกค้า ควรรักษาความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รักษาลูกค้าเก่า และขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ให้มีความ

ประทับใจอย่างต่อเนื่อง ประการที่สอง ต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน ประการที่สาม ควรกำหนดแผนการพัฒนาพนักงานตามความต้องการของบริษัทหรือโรงงาน ตลอดจนมีการกำหนดผลตอบแทนและระบบสวัสดิการที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ประการสุดท้าย ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมเซรามิกควรมีแผนการดำเนินงานโดยมีการกำหนดเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่สามารถวัดความสำเร็จในการลดความสูญเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงาน ตลอดจนการกำหนดเป็นส่วนหนึ่งในมาตรฐานการดำเนินงานด้วย

3. สำหรับการจัดวิจัยต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรแฝง (Latent Variable) และตัวแปรสังเกต (Observed Variable) อันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

3.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย โดยจำแนกตามขนาดของโรงงานหรือโรงงานขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ (P)

เอกสารอ้างอิง

- บุญอนันต์ พิณภัทรชัย. (2552). "องค์การและการจัดการความรู้: ศึกษาองค์การที่ประสบความสำเร็จในมาตุภูมิ." *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*. 49(1): 127-156.
- พรชชภา ทองลาด. (2550). อิทธิพลของทฤษฎีวิทาร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและการปฏิบัติงานของพนักงานในโรงงานเชรเม็กในภาคเหนือตอนบน. *คุณะวินิพนธ์ (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง*.
- พยัต วุฒิรงค์. (2550). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการความรู้ภายในองค์กร." *วารสารบริหารธุรกิจ*. 30 (116), (ตุลาคม-ธันวาคม): 43-56.
- วิจารณ์ พานิช. (2548). *ทศวรรษมาของการจัดการความรู้*. (2555). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.kmi.or.th>, สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2555.
- ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเชรเม็ก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2554). *สถาปัตยกรรมอุตสาหกรรมเชรเม็กประเทศไทย*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.oie.go.th/other.asp>, สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2555.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (7 กรกฎาคม 2554). *โครงการจัดทำ ยุทธศาสตร์การพัฒนาก่อสร้างอุตสาหกรรมเชรเม็ก [ออนไลน์]*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.oie.go.th/other.asp>, สืบค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2555.
- สุทนต์ ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bass, B.M. (1985). "Leadership: good, better, best." *Organizational Dynamics*. (Winter): 26-40.
- Beesley, L., and Cooper, C. (2008). "Defining knowledge management (KM) activities: Towards consensus." *Journal of Knowledge Management*. 12 (3): 48-62.
- Bhatt, G.D. (2001) "Knowledge management in organizations: examining the interaction between technologies, techniques, and people." *Journal of Knowledge Management*. 5(1): 68-75.
- Birkinshaw, J., and Sheehan, T. (2002). "Management the knowledge life cycle." *MIT Sloan Management Review*, 44(1): 76-82.
- Block, L. (2003). "The leadership-culture connection: An exploratory investigation." *Leadership & Organization Development Journal*, 24(6): 318-334.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row Publishing.
- Cameron, K.S., and Quinn, R.E. (2011). *Diagnosing and changing organization culture*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.
- Daft, R. L., Murphy, J., and Willmott, H. (2010). *Organization theory and design*. South-Western: Printed in Singapore.
- Darling, J.R., and Heller, V.L. (2009). "Organization development in an era of socioeconomic change: A focus on the key to successful management leadership". *Organization Development Journal*. 27: 9-26.
- Dentson, D.R. (2000). *The denison organizational culture survey*. [Online]. Available from: <http://www.denisonculture.com>, Retrieved on February 2012.
- DuBin, J.A. (2007). *Leadership research finding, practice, and skill*, 5th ed. Boston, MS: Houghton Mifflin Company.
- Ewest, T., & College, W. (2010). "Knowledge management and organizational effectiveness: Considering applications for leadership." *Journal of Business & Economics Research*, 8: 137-140.
- Garavan, T.N. (2007). "A strategic perspective on human resource development." *Advances in Developing Human Resources*, 9(1): 11-30.
- Haas, H.G. (2006). "Leadership Excellence." *Provo*: (Nov), 23(11): 4 [Online]. Available from: <http://pro-quest.umi.com/pqdwweb?did=1177046971&Fmt=4&clientId=58702&RQT=309&VName=PQD>, Retrieved on February 2012.

- Handy, C. (1978). *Gods of management*. London: Business Book.
- Harrison, R. (1972). "Understanding your organization's character." *Harvard Business Review*. (May/June): 28-128.
- Hellriegel, D., Stocum, J.W., & Woodman, R.W. (2001). *Organizational behavior*, 9th ed. Australia: Thomson/South-Western.
- Judge, T.A., and Piccolo, R.F. (2004). "Transformational and transactional leadership: A meta-analytic test of their relative validity." *Journal of Applied Psychology*. (October): 755-768.
- Kaplan, R.S., and Norton, D.P. (1996). *Balanced scorecard: Translating strategy into action*. Boston, MS: Harvard Business School Press
- Laudon, K.C., and Laudon, J.P. (2006). *Management information systems: Managing the digital firm*. Singapore: Pearson Education Indochina.
- Lussier, R.N., and Achua, C.F. (2001). *Leadership: Theory, application, & skill building*. Cincinnati, OH: South-Western College.
- McShane, S.L., and Von Glinow, M.A. (2009). *Organization behavior*, 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- Marquardt, M.J. (2002). *Building the learning organization: Mastering the 5 elements for corporate learning*. Palo Alto, CA: Davies-Black
- Robbins, S.P. (2005). *Organizational behavior*, 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Xenikou, A., and Simosi, M. (2006). "Organizational culture and transformational leadership as predictors of business unit performance." *Journal of Managerial Psychology*, 21(6): 566-579.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากรมกลยุทธ์ของพาณิชย์
(Development of Strategy Management of the Ministry of Commerce)

เจริญ จักบัสรวง*
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภญุ ศรีไสย์***
รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช สิริสัมพันธ์****
และ ดร.จันต์ วิภาตภรณ์****

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการกลยุทธ์เปรียบเทียบกับคณะผู้บริหารและพนักงานในกระทรวงพาณิชย์กับผู้บริหารระดับรองระดับกลาง และในสถานอเนกทางที่มีประสิทธิผลต่อการบริหารจัดการกลยุทธ์ของการตรวจพาณิชย์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้รับมาจากแบบสอบถามข้าราชการและพนักงานที่มารับบริการกระทรวงพาณิชย์ 739 คน (ร้อยละ 99.60 ของการเลือกส่ง) สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (แบบ On-sample t-test และ Independent-sample t-test) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพจัดการกลยุทธ์ของกระทรวงพาณิชย์ ในภาพรวมทั้งหมดและภาพรวมในแต่ละตำแหน่ง 5 ตำแหน่ง อยู่ในระดับสูง เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (ร้อยละ 80) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 2) ข้าราชการและพนักงานกระทรวงพาณิชย์ มีทัศนคติต่อการจัดการกลยุทธ์ของกระทรวงในภาพรวมทั้งหมด และในภาพรวมของแต่ละตำแหน่ง 5 ตำแหน่ง

* อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏพระยา และวิทยดนาม และนักศึกษาระดับปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.

*** อาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ.