

อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: บทบาทของตัวแปรคั่นกลาง ทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า

รับบทความ: 3 มกราคม 2565

แก้ไขบทความ: 14 มีนาคม 2565

ตอบรับบทความ: 20 มิถุนายน 2565

กุลธีรา ทองใหญ่¹ และวิชญพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาเหตุผลทางทฤษฎีที่สามารถอธิบายอิทธิพลดังกล่าว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและบทบาทของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงิน โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 105 องค์กร กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแบบชั้นภูมิและเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยสามารถรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูง จำนวน 105 คน และจากพนักงานในองค์กร จำนวน 1,001 คน โดยให้พนักงานในแต่ละองค์กรประเมินภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของเจ้าของธุรกิจ ส่วนเจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงทำการประเมินตัวแปรทุนทางปัญญา ความพึงพอใจของลูกค้า และผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างสามารถยืนยันสมมติฐานการวิจัยซึ่งพบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการส่งผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านอิทธิพลของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเจ้าของธุรกิจในการเสริมสร้างทุนทางปัญญาขององค์กรซึ่งสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรตามมา

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ, ทุนทางปัญญา, ความพึงพอใจของลูกค้า, ผลการดำเนินงานด้านการเงิน

¹ หน่วยงานผู้แต่ง: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 15 ถนนกาญจนาภิเษย์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112 โทรศัพท์ 080-4642462 E-mail: kulteera.th@gmail.com

² หน่วยงานผู้แต่ง: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 15 ถนนกาญจนาภิเษย์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90112 โทรศัพท์ 089-6694997 E-mail: potipiroon@gmail.com

The Influence of Entrepreneurial Leadership on Financial Performance of Small and Medium Enterprises: The Mediating Roles of Intellectual Capital and Customer Satisfaction

Received: January 3, 2022

Kulteera Thongyai¹ and Wisanupong Potipiroon²

Revised: March 14, 2022

Accepted: June 20, 2022

Abstract

Past research indicates that entrepreneurial leadership can have a positive influence on firm performance; however, few studies have examined the theoretical rationale that can explain this positive effect. This research aims to study the influence of entrepreneurial leadership on the financial performance of small and medium enterprises (SMEs) and to examine the mediating roles of intellectual capital and customer satisfaction in the relationship between entrepreneurial leadership and financial performance. This study employed quantitative research, in which data were collected from 105 CEOs or top executives and 1,001 employees in 105 SMEs in the manufacturing sector located in the southern region of Thailand. Based on stratified sampling, survey questionnaires were distributed to the SMEs by mail. In particular, entrepreneurial leadership was evaluated by employees, whereas intellectual capital, customer satisfaction, and financial performance were evaluated by the CEOs or the executives. Structural equation modeling (SEM) analyses confirmed the study hypotheses. The results showed that entrepreneurial leadership had an indirect influence on SMEs' financial performance via the mediating roles of intellectual capital and customer satisfaction. The results from this research show that business owners of SMEs can play an important role in fostering their firms' intellectual capital, which, in turn, influences customer satisfaction and financial performance.

Keywords: Entrepreneurial leadership, Intellectual capital, Customer satisfaction, Financial performance

¹ **Affiliation:** Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, 15 Karnjanavanich Rd., Hat Yai, Songkhla 90112. Tel. 080-4642462 E-mail: kulteera.th@gmail.com

² **Affiliation:** Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, 15 Karnjanavanich Rd., Hat Yai, Songkhla 90112. Tel. 089-6694997 E-mail: potipiroon@gmail.com

บทนำ (Introduction)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprise) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ เป็นแหล่งการจ้างงานสำคัญของประเทศและมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product [GDP]) ทั้งนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559-2563) การจ้างงานเกินครึ่งหนึ่งของประเทศเกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในช่วงร้อยละ 32.8-35.0 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด และหากพิจารณาถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต พบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภาคการผลิต ที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในช่วงร้อยละ 43.0-43.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในภาคการผลิตทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ด้วยเหตุนี้ รัฐบาลจึงเร่งพัฒนาและยกระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้มีศักยภาพและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีข้อจำกัดและปัญหาหลายประการ เช่น 1) การขาดทักษะพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) 2) การขาดการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ 3) การขาดความสามารถในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ 4) การขาดมาตรฐานการบริหารจัดการธุรกิจที่มีมาตรฐานและเป็นระบบ 5) การขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นต้น (แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4) นอกจากนี้ จากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปีและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 พบว่า มีวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวนน้อยที่สามารถเติบโตไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางได้ ทั้งยังประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือและช่างเทคนิคเฉพาะทางและผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับผลิตภาพของวิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงพึ่งพาตลาดส่งออกเดิมและไม่ได้มองหาโอกาสในการพัฒนาตลาดใหม่ นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ยังส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมหดตัวเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ พ.ศ. 2558 โดยพบว่าไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2563 มีการหดตัวร้อยละ 3.3 จากไตรมาสที่ 4 ของพ.ศ. 2562 และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต หดตัวร้อยละ 2.7 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

จากสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาขีดความสามารถด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาในวรรณกรรมการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อม พบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ ทุนทางปัญญา คุณลักษณะเฉพาะของผู้บริหารระดับสูง ภาวะผู้นำองค์กรในรูปแบบต่างๆ กิจกรรมทางนวัตกรรม ความสามารถด้านนวัตกรรม เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาบทบาทของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial leadership) ของผู้นำระดับสูงขององค์กร โดยภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะภาวะผู้นำที่ตระหนักรับรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจ (Recognizing) และการใช้ประโยชน์จากโอกาสในการดำเนินธุรกิจ (Exploiting; Renko et al., 2015) เช่น การที่ผู้นำมีแนวคิดในการปรับปรุงสินค้าหรือบริการ การคิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ ความสามารถในการรับความเสี่ยง การที่ผู้นำมีแนวทางแก้ไขปัญหอย่างสร้างสรรค์และมีวิสัยทัศน์ในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการที่ผู้นำแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นทุ่มเทในงานที่ทำและกระตุ้นให้พนักงานทำงานด้วยวิธีการใหม่ๆ เป็นต้น

สาเหตุที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำประเภทดังกล่าว เนื่องจากมองว่ามีความสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้นำองค์กรมีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมในด้านทิศทางเชิงกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร รวมถึงความพร้อมในทรัพยากรอื่นๆ ขององค์กร ทั้งนี้ แนวคิดภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการเป็นแนวคิดที่เกิดจากการผสมผสานสองแนวคิด คือ แนวคิดจากวรรณกรรมภาวะผู้นำ (Leadership) และแนวคิดจากวรรณกรรมผู้ประกอบการ (Entrepreneurship; Bagheri & Harrison, 2020; Clark et al., 2019; Coglisier & Brigham 2004; Gupta et al., 2004; Huang et al., 2014; Koryak et al., 2015; Renko et al., 2015; Simba & Thai, 2019) โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) และก่อให้เกิดความสำเร็จและการเจริญเติบโตของธุรกิจ (Clark et al., 2019; Gupta et al., 2004; Koryak et al., 2015; Renko et al., 2015) และงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Huang et al., 2014)

สำหรับงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผลการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง ผลลัพธ์ขององค์กร (Firm outcomes) ซึ่งประกอบด้วย ผลกำไร (Profit) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on assets [ROA]) และอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on investment [ROI]) เป็นต้น (Richard et al., 2009) ทั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาผลการดำเนินงานด้านการเงินเนื่องจากผลประกอบการทางด้านการเงินจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการอยู่รอดและการเติบโตทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาเหตุผลทางทฤษฎี

ที่สามารถอธิบายอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร โดยงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาถึงบทบาทการคั่นกลางของปัจจัยดังนี้ กิจกรรมด้านนวัตกรรม (Huang et al., 2014) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Fontana & Musa, 2017) และความสามารถด้านนวัตกรรม (Sawaeen & Ali, 2020) เป็นต้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้ต้องการสร้างคุณูปการ โดยทำการศึกษบทบาทของทุนทางปัญญา (Intellectual capital) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทุนทางปัญญาจะทำให้เกิดกระบวนการการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการ และก่อให้เกิดผลการดำเนินงานด้านการเงินที่สูงขึ้นในที่สุด (Youndt & Snell, 2004) ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร โดยเป็นดัชนีหนึ่งที่ใช้ในการวัดคุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร (Fornell et al., 1996) ดังนั้นการบริการลูกค้าถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในบริบทของธุรกิจภาคการผลิต เช่นเดียวกัน (Cheng & Krumwiede, 2017) ทั้งนี้ แม้ว่าจะงานวิจัยที่ผ่านมา ระบุว่าทุนทางปัญญาก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและก่อให้เกิดผลดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Edvinsson, 1997; Kamukama, 2013; McDowell et al.) แต่ยังคงงานวิจัยที่สามารถอธิบายอิทธิพลของทุนทางปัญญาต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งผู้วิจัยมองว่าอิทธิพลของทุนทางปัญญาน่าจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินผ่านอิทธิพลของความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการอธิบายว่าภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำระดับสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถส่งเสริมและยกระดับผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรได้อย่างไร รวมทั้งสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

การวิจัยครั้งนี้อธิบายอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการด้วยทฤษฎีผู้นำระดับสูง (Upper echelon theory [UET]) ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based view theory [RBV]) แนวคิดภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ และแนวคิดทุนทางปัญญา อธิบายได้ดังนี้

1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงผลการดำเนินงานด้านการเงิน โดยใช้คำจำกัดความของ Richard et al. (2009) ที่อธิบายว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง ผลลัพธ์ขององค์กร และผลการดำเนินงานด้านการเงิน ประกอบด้วย กำไร อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) เป็นต้น และวัดผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรด้วยการวัดผลแบบอัตวิสัย (Subjective measures) ประเภทการวัดกึ่งปรนัย (Quasi-objective measure) ซึ่งเป็นรูปแบบการวัด

ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อนำไปสู่ข้อมูลผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร โดยเฉพาะเจาะจงถามเจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงในองค์กรเพื่อให้ประเมินเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของธุรกิจของตนกับคู่แข่งหลักทางธุรกิจที่อยู่ในภาคธุรกิจเดียวกัน สอดคล้องกับแนวทางของนักวิชาการที่เสนอแนะว่าการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรในภาคธุรกิจมักจะเป็นการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรโดยเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งหรือธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Engelen et al., 2015; Feng et al., 2019; McDowell et al., 2018; Tan & Litsschert, 1994; Vorhies & Morgan, 2005)

นอกจากนี้ แนวคิดของ Venkatraman and Ramanujam (1986) กล่าวถึงขอบเขตของผลการดำเนินงานขององค์กร ระบุว่า ประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational effectiveness) ครอบคลุมทั้งผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial performance) และผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงาน (Operational performance) โดยได้อธิบายแนวคิดอย่างแคบและแนวคิดอย่างกว้างของผลการดำเนินงานทางธุรกิจไว้ดังนี้ (1) แนวคิดอย่างแคบของผลการดำเนินงานทางธุรกิจ มุ่งเน้นที่ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจของธุรกิจ มีตัวชี้วัด เช่น การเจริญเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร (สะท้อนได้ด้วยอัตราส่วนทางการเงินต่างๆ เช่น ROA, ROS และ ROE) เป็นต้น และ (2) แนวคิดอย่างกว้างของผลการดำเนินงานทางธุรกิจจะครอบคลุมทั้งผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานหรือผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-financial performance) ตัวอย่างตัวชี้วัดด้านการปฏิบัติงาน เช่น ส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรผลิตภัณฑ์ใหม่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพทางการตลาด เป็นต้น และมีมุมมองว่าตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงานจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน

รวมทั้งจากแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996) ที่ได้เสนอการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Balanced scorecard [BSC]) ซึ่งประกอบด้วย 4 มุมมองหลัก คือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Kaplan & Norton, 1996) ทั้งนี้สำหรับมุมมองด้านการเงิน (Financial perspective) เป็นการวัดผลของสถานภาพและความสำเร็จทางการเงินขององค์กร และยังสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการดำเนินงานที่พนักงานสามารถทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้ โดยมุมมองด้านการเงินวัดได้จากความสามารถในการทำกำไร ผลตอบแทนสินทรัพย์ การยกระดับรายรับขององค์กร เป็นต้น โดยงานวิจัยนี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยเลือกใช้แนวทางของ Vorhies and Morgan (2005) ซึ่งวัดจากความสามารถในการทำกำไร (Profitability) อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนจากยอดขาย (ROS) และการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Venkatraman and Ramanujam (1986) และแนวคิดการวัดผลองค์กรแบบสมดุลในมุมมองด้านการเงิน (Kaplan & Norton, 1996)

2) ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial leadership)

แนวคิดภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ เป็นแนวคิดที่มีการผสมผสานกันระหว่างภาวะผู้นำ (Leadership) และภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship; Bagheri & Harrison, 2020; Clark et al., 2019; Coglisier & Brigham 2004; Gupta et al., 2004; Huang et al., 2014; Koryak et al., 2015; Renko et al., 2015; Simba & Thai, 2019) โดยภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการสร้างอิทธิพลให้ผู้อื่นเข้าใจและเห็นด้วยกับสิ่งที่ต้องทำและวิธีการทำ รวมถึงกระบวนการส่งเสริมสนับสนุนบุคคลและความพยายามร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Yukl, 2020) และภาวะผู้ประกอบการหรือความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการที่จะสร้างโอกาสในการสร้างสินค้าและบริการในอนาคต ซึ่งเกิดขึ้นจากการค้นพบ การสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์ (Exploit; Shane & Venkataraman, 2000)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดความหมายของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการตามแนวทางของ Renko et al. (2015) ซึ่งอธิบายว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลและสามารถส่งเสริมผลการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ โดยภาวะผู้นำดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับการตระหนักรู้ถึงโอกาส และการใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ การที่ผู้นำองค์กรมองเห็นโอกาสในการประกอบการ (Entrepreneurial opportunity) เมื่อมีสถานการณ์ที่สามารถนำแนวความคิดใหม่มาประกอบธุรกิจในแนวทางใหม่ๆ สามารถก่อให้เกิดผลกำไรและสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ได้ เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมที่มีอยู่ การใช้วัสดุการผลิตใหม่หรือกระบวนการผลิตใหม่ การเปิดตลาดใหม่ การพัฒนาจัดรูปแบบองค์กรใหม่ เป็นต้น โดยที่เมื่อมีสถานการณ์หรือโอกาสในการประกอบการต่างๆ เกิดขึ้น ผู้นำองค์กรจะต้องเกิดการตระหนักรู้ถึงโอกาสนั้นจนนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น โดยผู้นำองค์กรอาจมีการปรับเปลี่ยนการจัดสรรทรัพยากรและสภาพแวดล้อมต่างๆ ในองค์กรให้เป็นไปตามความต้องการหรือสถานการณ์ทางธุรกิจที่เผชิญอยู่ โดยใช้ความรู้ความสามารถของผู้นำและผู้ตามในองค์กรเพื่อวิเคราะห์บริบทของสถานการณ์ต่างๆ ว่าเกิดอะไรขึ้นบ้างสามารถใช้ประโยชน์จากสถานการณ์นั้นได้อย่างไร มีการกำหนดเป้าหมายของการปฏิบัติงานและหากไม่สามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายก็พยายามแสวงหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ก่อให้เกิดนวัตกรรมด้านต่างๆ รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากบุคคลอื่นและรับฟังข้อแนะนำเพื่อก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นอย่างเหมาะสมที่สุด (Fontana & Musa, 2017; Gupta et al., 2004; Leitch and Volery, 2017; Renko et al., 2015)

แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีผู้นำระดับสูง (UET; Hambrick & Mason, 1984) ที่ระบุว่าลักษณะของผู้นำระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการเลือกกลยุทธ์ (Strategic choices) หรือการตัดสินใจทางกลยุทธ์ (Strategic decisions) ในการดำเนินธุรกิจ โดยลักษณะของผู้นำองค์กรถือกำเนิดมาจากลักษณะภูมิหลัง เช่น ฐานความรู้ความเข้าใจ ค่านิยมประสบการณ์

บุคลิกภาพ และรูปแบบภาวะผู้นำ เป็นต้น (Garcés-Galdeano & García-Olaverri, 2019; Hambrick & Mason, 1984; Hambrick, 2007) ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น Huang et al. (2014) พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินในกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีน และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยผ่านกิจกรรมทางนวัตกรรม สอดคล้องกับ Rahim et al. (2015) ที่พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ของประเทศมาเลเซีย และงานของ Fontana and Musa (2017) ที่ศึกษาในบริบทของอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ ของประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมกระบวนการ นอกจากนี้ Miao et al. (2019) ศึกษาในบริบทของอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงในประเทศจีน พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานระดับทีมและมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานผ่านความปลอดภัยเชิงจิตวิทยา เป็นต้น จากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวจึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3) บทบาทตัวแปรศูนย์กลางของทุนทางปัญญา (Intellectual capital)

ทุนทางปัญญาถือเป็นทรัพยากรหนึ่งขององค์กรที่ซึ่งสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรเพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้ ทุนทางปัญญา หมายถึง การเป็นเจ้าของความรู้ การประยุกต์ประสบการณ์ เทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และทักษะในวิชาชีพ ซึ่งทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในตลาด (Edvinsson, 1997) เป็นความรู้ ข้อมูล ทรัพย์สินทางปัญญา และประสบการณ์ที่ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างความมั่งคั่งได้ (Stewart, 1997) และเป็นความรู้ที่ทำให้มีมูลค่ามากขึ้น ซึ่งประกอบด้วยความสามารถของพนักงาน ความรู้และกระบวนการที่เป็นกรรมสิทธิ์และความสัมพันธ์กับลูกค้าและซัพพลายเออร์ (Stewart, 2010)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำแนกทุนทางปัญญาเป็น 3 ประเภท คือ ทุนมนุษย์ (Human capital) ทุนโครงสร้าง (Structural capital) และทุนความสัมพันธ์ (Relational capital; Kamukama 2013; Kianto et al. 2017) โดยทุนมนุษย์ หมายถึง ทักษะ สมรรถนะและความสามารถของบุคคลและกลุ่มของบุคคลที่อยู่ในองค์กร (Stewart, 2010) สอดคล้องกับการให้ความหมายของ Edvinsson (1997) ที่ระบุว่า ทุนมนุษย์ หมายถึง ความรู้ ทักษะ นวัตกรรมและความสามารถของพนักงานแต่ละคนในองค์กรเพื่อตอบสนองการทำงานที่ปฏิบัติอยู่ ทุนโครงสร้าง หมายถึง สินทรัพย์ทางความรู้ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า เป็นต้น รวมถึงกระบวนการและวิธีการ เอกสารและความรู้ต่างๆ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ และระบบด้านการบริหาร

(Stewart, 2010) สอดคล้องกับ Edvinsson (1997) ที่ระบุว่า ทุนโครงสร้าง คือ สิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวกับสมรรถภาพขององค์กรในการสนับสนุนผลิภาพการทำงาน และทุนความสัมพันธ์ หมายถึง คุณค่าของความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ พันธมิตร และลูกค้า ซึ่งแสดงได้ด้วยคุณค่าตราสินค้าและความภักดีของลูกค้า ซึ่งองค์กรต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจากความรู้ที่มีอยู่เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือเพื่อให้เกิดการซื้อขาย (Stewart, 2010)

ตามที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ผู้นำที่มีภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะมีคุณลักษณะที่สะท้อนการตระหนักรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจและการใช้ประโยชน์จากโอกาสในการดำเนินธุรกิจต่างๆ โดยงานวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า ภาวะผู้นำของเจ้าของธุรกิจมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Fontana & Musa, 2017; Huang et al., 2014; Miao et al., 2019; Rahim et al., 2015; Sawaeen & Ali, 2020) ทั้งนี้ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการสามารถส่งผลต่อทุนมนุษย์ผ่านระบบการคัดเลือกและการฝึกอบรมพัฒนาทักษะที่จำเป็นให้กับพนักงานในองค์กร (Kianto et al., 2017) รวมทั้งมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทุนโครงสร้างขององค์กรผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการนำระบบ หรือข้อมูลต่างๆ มาใช้ในการดำเนินงานองค์กร (Edvinsson, 1997; Kianto et al., 2017) ตัวอย่างเช่น บริษัท Bitkub ซึ่งในปัจจุบันกำลังผันตัวเองเป็น Unicorn แห่งที่สองของประเทศไทย โดยประธานบริษัทฯ ได้มีการนำแอปพลิเคชัน (Application) ที่ทันสมัยกว่า 30 ตัว มาใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคลและเพิ่มประสิทธิภาพการประสานงานและการสื่อสารภายในองค์กร (จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา, 2563) นอกจากนี้ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรมีความสำคัญต่อการพัฒนาทุนความสัมพันธ์ขององค์กรผ่านการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก เนื่องจากผู้นำแบบผู้ประกอบการจะมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจและจะพยายามแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ (Renko et al., 2015) ผู้นำองค์กรจึงมีการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับแหล่งทุน (Venture capital) การแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำและมีคุณภาพสูงจากซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพ และการสร้างฐานตลาดใหม่ รวมทั้งมักสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภายนอก เช่น ธนาคาร รัฐบาล หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

สมมติฐานนี้สอดคล้องโดยตรงกับทฤษฎีฐานทรัพยากร (RBV; Barney, 1991) ซึ่งระบุว่าทรัพยากรขององค์กรเป็นส่วนที่ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวมีความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถนำความยั่งยืนมาสู่องค์กร โดยทรัพยากรขององค์กรต้องมีลักษณะ 4 ประการ หรือ “VRIN” คือ ทรัพยากรที่มีคุณค่า (Value: V) ทรัพยากรที่หายาก (Rarity: R) ทรัพยากรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Inimitability: I) และ ทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Substitutable: N) อธิบายได้ว่า หากสามารถยกระดับทุนทางปัญญาขององค์กรได้ ก็ถือเป็นการพัฒนาทรัพยากรอย่างหนึ่งขององค์กรอันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นขององค์กรตามมา ทั้งนี้ มีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำต่อทุนทางปัญญา เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Sarlak et al., 2012) ภาวะผู้นำจริยธรรม (Ullah et al., 2021) เป็นต้น ทั้งนี้พบว่า

ทุนทางปัญญาก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและผลดีต่อผลการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กร (Edvinsson, 1997; Kamukama, 2013; McDowell et al., 2018) โดยงานวิจัยของ Coder et al. (2017) พบว่า ทุนทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย การเติบโตของกำไร และความสำเร็จทางธุรกิจในกลุ่มของธุรกิจขนาดเล็ก และ Kamukama (2013) พบว่า ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก

แม้ว่าปัจจุบันยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการต่อทุนทางปัญญา แต่จากหลักการของทฤษฎีฐานทรัพยากร (RBV) แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางปัญญาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะสามารถส่งผลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินผ่านบทบาทตัวแปรคั่นกลางทุนทางปัญญา จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 2-4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2: ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 3: ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 4: ทุนทางปัญญาเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4) บทบาทตัวแปรคั่นกลางของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction)

ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร โดยเป็นดัชนีสำคัญในการวัดคุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร (Fornell et al., 1996) ทั้งนี้ แนวคิดการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (BSC) ของ Kaplan and Norton (1996) ในมุมมองด้านลูกค้า เป็นการวัดความสำเร็จขององค์กรในสายตาของลูกค้าในการประเมินสินค้าและการบริการที่มีคุณภาพขององค์กร สามารถวัดได้จากส่วนแบ่งทางการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า จำนวนลูกค้าใหม่ ความสามารถในการรักษาลูกค้าเก่า เป็นต้น โดยมุมมองด้านลูกค้าเป็นมุมมองที่แสดงว่าองค์กรสามารถแปลงกลยุทธ์มาสู่การปฏิบัติที่เน้นการสร้างคุณค่าให้ลูกค้าได้มากน้อยเพียงใด และมุมมองด้านลูกค้าจะนำมาสู่การสร้างผลตอบแทนทางการเงินในอนาคตให้กับองค์กร โดย Kaplan and Norton (1996) ระบุว่า ตัวชี้วัดมุมมองด้านลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าจึงนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรต่อไป

ทั้งนี้ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรมีความสำคัญต่อการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก เนื่องจากภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะพยายามแสวงหาโอกาสทางธุรกิจด้วยวิธีการต่างๆ (Renko et al., 2015) ทั้งในมิติของการดำเนินงานร่วมกันและการแก้ไขปัญหาร่วมกันกับหน่วยงานภายนอก เช่น ลูกค้า เป็นต้น (Kianto et al., 2017) ซึ่งจะก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า และทุนทางปัญญาจะสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

โดยตรง โดยทุนมนุษย์หรือคุณภาพของพนักงานส่งผลต่อคุณภาพในการให้บริการลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการขาย (Stewart, 2010; Youndt & Snell, 2004) ส่วนทุนโครงสร้าง เช่น ระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ สามารถส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้า (Stewart, 2010) ในขณะเดียวกัน ทุนความสัมพันธ์ที่อาจเกิดจากการแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำและมีคุณภาพสูงจากซัพพลายเออร์ที่มีคุณภาพสามารถส่งผลต่อการรักษาลูกค้ารายเดิมและขยายฐานลูกค้ารายใหม่ สอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากรที่เสนอว่า ทุนทางปัญญาสามารถสร้างมูลค่าและเพิ่มผลประโยชน์ให้กับองค์กรได้ (Youndt & Snell, 2004) จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 5-6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5: ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 6: ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

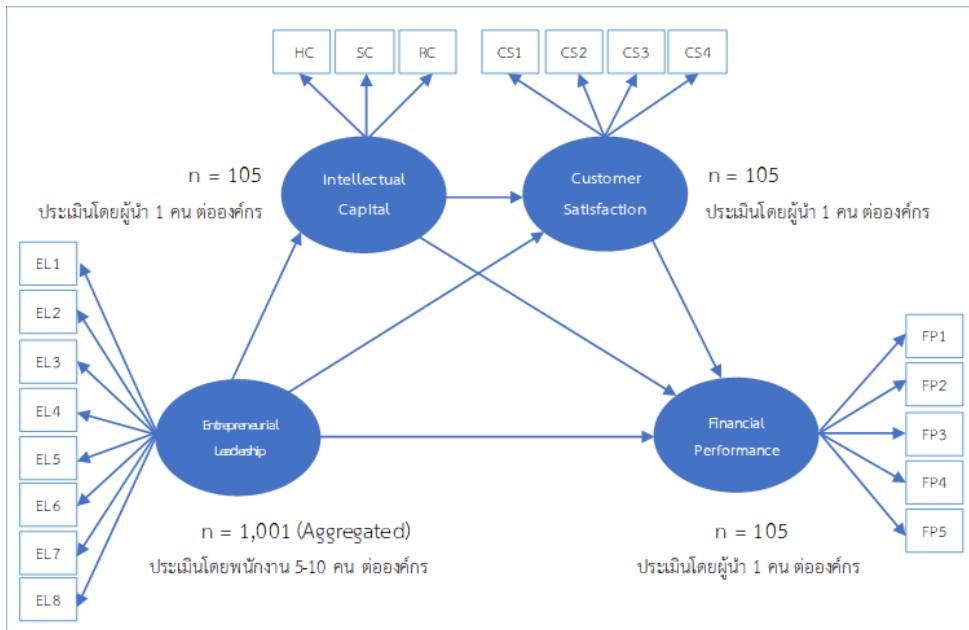
ทั้งนี้ มุมมองด้านลูกค้าตามแนวคิดการวัดผลองค์กรแบบสมดุล ระบุว่า มุมมองด้านลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Kaplan and Norton, 1996) สอดคล้องกับงานของ Fornell et al. (2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร และงานของ Otto et al. (2020) ที่ซึ่งวิเคราะห์ทอริมาน (Meta-analysis) งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของลูกค้ากับผลการดำเนินงานของธุรกิจในช่วงปี 1991-2017 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากนี้การศึกษาของ Cheng and Krumwiede (2017) พบว่า การบริการลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญในบริบทของธุรกิจภาคการผลิต ดังนั้นจากเหตุผลข้างต้นดังที่กล่าวมา ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร ซึ่งภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรจะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาทุนทางปัญญาเพื่อรองรับและสนับสนุนการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า อันนำไปสู่ผลการดำเนินงานด้านการเงินที่ดีขึ้น จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 7-9 ดังนี้

สมมติฐานที่ 7: ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 8: ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานที่ 9: ทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

หน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือ ระดับองค์กร มีตัวแปรต้น คือ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ซึ่งถูกประเมินโดยพนักงานในองค์กรเดียวกัน จำนวน 5-10 คนต่อองค์กร จากนั้นหาค่าเฉลี่ยจากพนักงานในองค์กรเดียวกันเพื่อทำการยกข้อมูลสู่ระดับองค์กร (Data aggregation) ส่วนตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และตัวแปรต้นกลาง คือ ทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า เจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงจำนวน 1 คนต่อองค์กร เป็นผู้ประเมิน ทั้งนี้ การใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง สามารถบรรเทาปัญหาความลำเอียงจากวิธีร่วม (Common method bias [CMB]; Podsakoff et al., 2003) ที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพียงแหล่งเดียว และมีการตรวจสอบความแปรปรวนวิธีร่วม (Common method variance [CMV]) เพื่อป้องกันความลำเอียงวิธีร่วม (Common method biases [CMB]) โดยใช้วิธี Harman's single factor สำหรับตัวแปรที่ใช้ผู้ตอบแบบสอบถามคนเดียวกัน

ประชากร (Population) คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิตที่จดทะเบียนนิติบุคคล ในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ครอบคลุม 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) พื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย 2) พื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน 3) พื้นที่ภาคใต้ชายแดน โดยมีประชากรทั้งหมด จำนวน 2,572 องค์กร ซึ่งเป็นข้อมูล ณ พ.ศ. 2563 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ทั้งนี้ วิสาหกิจขนาดย่อม (Small enterprises) ภาคการผลิต คือ วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium enterprises) คือ วิสาหกิจที่มีรายได้ต่อปีเกิน 100-

500 ล้านบาท หรือมีการจ้างงาน 51-200 คน โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต คือ ลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ทั้งนี้ ผู้วิจัยเน้นศึกษาเฉพาะวิสาหกิจในภาคการผลิต เนื่องจากภาคการผลิตอาจจำเป็นต้องอาศัยทุนทางปัญญาในระดับสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับภาคการค้าหรือภาคบริการ โดยมุ่งเน้นศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ เนื่องจากแผนพัฒนาภาคใต้ พ.ศ. 2560-2565 (ฉบับทบทวน; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ระบุว่า ภาพรวมเศรษฐกิจของภาคใต้ยังคงมีขนาดเล็กและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภาคใต้อยู่ในระดับต่ำ โดยมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำกว่าการขยายตัวของประเทศ ดังนั้น การศึกษาถึงปัจจัยสาเหตุ (ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า) ที่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคใต้ จะช่วยเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคใต้ให้เติบโตเข้มแข็งขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อไปยังการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภาคใต้ต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาจากเกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (Minimum sample size) ซึ่งทั่วไปขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างไม่ควรต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง (อิศรัญ รินโรสง, 2564) ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งชั้นภูมิครั้งที่ 1 ด้วยตัวแปรชั้นภูมิ คือ พื้นที่ เพื่อจำแนกประชากรเป็น 3 กลุ่มตามพื้นที่ ดังนี้ ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ภาคใต้ฝั่งอันดามัน และภาคใต้ชายแดน และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละพื้นที่ตามสัดส่วน (Proportional allocation) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง และแบ่งชั้นภูมิครั้งที่ 2 ด้วยตัวแปรชั้นภูมิ คือ ขนาดของวิสาหกิจ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างของวิสาหกิจแต่ละขนาด โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้สัดส่วน (Non proportional allocation) เพื่อให้ได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างของวิสาหกิจแต่ละขนาดจำนวนเท่ากัน จากนั้นจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก (Convenience selection)

การเก็บข้อมูล (Data collection) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พร้อมจดหมายส่งกลับพร้อมติดแสตมป์ ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล 4 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 โดยทำการจัดส่งแบบสอบถามไปยังวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 352 แห่ง โดยคาดว่าจะได้รับข้อมูลกลับมาประมาณร้อยละ 30 ซึ่งแบบสอบถามที่จัดส่งไปยังแต่ละองค์กร ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ประเมินโดยเจ้าขององค์กรหรือผู้บริหารระดับสูง (องค์กรละ 1 ฉบับ) และส่วนที่ประเมินโดยพนักงาน (องค์กรละ 10 ฉบับ) จากจำนวนแบบสอบถามที่จัดส่งไปทั้งหมดซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถามผู้นำองค์กร จำนวน 352 ฉบับ และแบบสอบถามพนักงาน จำนวน 3,520 ฉบับ ผู้วิจัยได้แบบสอบถามกลับมาจากเจ้าขององค์กรหรือ

ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 105 คน จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 105 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 29.83 ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ส่งไป และได้แบบสอบถามในส่วนของพนักงาน จำนวน 1,001 คน โดยเป็นพนักงานที่อยู่ในองค์กรเดียวกับเจ้าขององค์กรหรือผู้บริหารระดับสูงที่ตอบกลับมา จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 105 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 28.44 ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ส่งไป โดยข้อมูลจากพนักงานในแต่ละองค์กรที่ได้รับกลับมามีช่วงของข้อมูล (Range) ประมาณ 5-10 คน ต่อองค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research instrument) แบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scales) 5 ระดับ โดยวัดตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ด้วยการประยุกต์ใช้แบบวัดของ Renko et al. (2015) ประกอบด้วย 8 ข้อคำถาม และวัดตัวแปรทุนทางปัญญา โดยประยุกต์ใช้แบบวัดของ Subramaniam and Youndt (2005), Kianto et. al (2017) และแบบวัดของ Inkien et al. (2017) แบ่งเป็น 3 มิติ คือ ทุนมนุษย์ 5 ข้อคำถาม ข้อคำถามจาก Subramaniam and Youndt (2005) ทุนโครงสร้าง 8 ข้อคำถาม ข้อคำถามที่ 1-4 จาก Kianto et. al (2017) และข้อคำถามที่ 5-8 จาก Subramaniam and Youndt (2005) และทุนความสัมพันธ์ 6 ข้อคำถาม ข้อคำถามที่ 1-3 จาก Kianto et. al (2017) และข้อคำถามที่ 4-6 จาก Inkien et al. (2017) รวมทั้งหมด 19 ข้อคำถาม ทั้งนี้ การวัดตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและตัวแปรทุนทางปัญญาใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย 3 หมายถึง กลางๆ 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และวัดตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย 4 ข้อคำถาม และวัดตัวแปรผลการดำเนินงานด้านการเงิน ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ใช้แบบวัดของ Vorhies and Morgan (2005) ซึ่งเป็นการให้เจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงเปรียบเทียบผลการดำเนินงานในแต่ละประเด็นเทียบกับคู่แข่งหลักในภาคธุรกิจเดียวกันกับองค์กร โดยที่ 1 หมายถึง แย่กว่ามาก 2 หมายถึง แย่กว่า 3 หมายถึง พอๆ กัน 4 หมายถึง ดีกว่า และ 5 หมายถึง ดีกว่ามาก และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วย Index of item objective congruence [IOC]) โดยจากผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 4 ท่าน พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์การประเมิน เนื่องจากมีค่า IOC อยู่ในช่วง 0.75-1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับตัวแปรหรือเนื้อหาที่ศึกษา

2) ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้จริง (Try out) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 40 องค์กร และพนักงานที่ทำงานอยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 30 คน ซึ่งไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ทั้งนี้การทดลองใช้จริงได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ของ Cronbach (α) มีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงยอมรับว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ทั้งนี้ ตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ มีค่า $\alpha=0.922$ ตัวแปรทุนทางปัญญา ในมิติทุนทุนมนุษย์ มีค่า $\alpha=0.889$ มิติทุนโครงสร้าง มีค่า $\alpha=0.922$ และมิติทุนความสัมพันธ์ มีค่า $\alpha=0.924$ ตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า มีค่า $\alpha=0.907$ และตัวแปรผลการดำเนินงานด้านการเงิน มีค่า $\alpha=0.950$ แสดงว่าเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นมีความคงที่ในการวัด

3) การตรวจสอบค่าอำนาจจำแนก (Discrimination power) ด้วยวิธีการตรวจสอบจากค่า Item-total correlation โดยข้อคำถามที่สามารถจำแนกได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป ทั้งนี้พบว่า ไม่มีข้อคำถามใดมีค่า Item-total correlation ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่า เครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกความคิดเห็นของผู้ตอบออกจากกันได้

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement model) 2) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural model) โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood [ML]) ด้วยโปรแกรม Mplus (Muthén & Muthén, 2017) จุดแข็งของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง มีดังนี้ 1) ความยืดหยุ่นต่อข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งทำให้การวิเคราะห์สอดคล้องกับความเป็นจริงกับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์มากขึ้น 2) มีการนำเอาตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้และความคลาดเคลื่อนเข้ามาในกระบวนการวิเคราะห์ พร้อมกันให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความแม่นยำมากขึ้น 3) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์พหุตัวแปรขั้นสูงที่นำเทคนิคการวิเคราะห์ต่างๆ มาอยู่ด้วยกัน 4) มีวิธีการประมาณพารามิเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเลือกวิธีการประมาณพารามิเตอร์ที่สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้อย่างเหมาะสม (อิศรัญญ์ รินโธสง, 2564)

การยกข้อมูลสู่ระดับองค์กร (Data aggregation) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ระดับองค์กรและมีการวัดตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานในแต่ละองค์กร องค์กรละ 5-10 คน จึงต้องทำการยกข้อมูลสู่ระดับองค์กรโดยทำการหาค่าเฉลี่ยระหว่างพนักงานในองค์กรเดียวกัน (Organizational means) โดยก่อนจะดำเนินการดังกล่าวได้ จะต้องทำการตรวจสอบค่าดัชนีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (Bliese, 2000; James et al., 1984; LeBreton & Senter, 2008) 1) การวิเคราะห์ One-way analysis of variance (ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับตัวแปรระหว่างองค์กรโดยใช้ F-test 2) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในชั้น (Intraclass correlation coefficient [ICC]) ประกอบด้วยค่า ICC_1 และ ICC_2 โดยค่า ICC_1 เป็นการอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรในระดับองค์กร ซึ่งไม่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.05 และ ค่า ICC_2 เป็นการอธิบายค่าความเชื่อมั่นของความแปรปรวนของตัวแปรในระดับองค์กร ซึ่งไม่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.60 และ 3) ความสอดคล้องภายในองค์กร (Within-group agreement [r_{wg}]) หมายถึง ความเห็นพ้องของบุคคลในองค์กรเดียวกัน ซึ่งไม่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.7 โดยผลการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ค่า F-test มีนัยสำคัญทางสถิติ

($F = 6.29, p < .001$) ส่วนค่า ICC1 มีค่าเท่ากับ 0.36 สะท้อนว่า ร้อยละ 36 ของความแปรปรวนในตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการเกิดจากความแตกต่างระหว่างองค์กร แสดงว่าตัวแปรมีความแปรปรวนระหว่างองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนค่าเฉลี่ยของ r_{WG} มีค่าเท่ากับ 0.92 แสดงว่า ความคิดเห็นของพนักงานในองค์กรเดียวกันมีความสอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงทำการหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและทำการยกข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ระดับองค์กรต่อไป

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกิดจากการรวบรวมข้อมูลจาก 105 องค์กร (ตัวแปรภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการใช้ข้อมูลที่ได้จากพนักงานจำนวน 1,001 คน จาก 105 องค์กร องค์กรละ 5-10 คน) โดยยกข้อมูลสู่ระดับองค์กร (105 องค์กร) โดยทำการหาค่าเฉลี่ยระหว่างพนักงานในองค์กรเดียวกัน และสำหรับตัวแปรอื่นๆ ใช้ข้อมูลที่ได้จากเจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูง องค์กรละ 1 คน รวม 105 องค์กร

การตรวจสอบความลำเอียงจากวิธีร่วม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสำหรับตัวแปรทุนทางปัญญา ความพึงพอใจของลูกค้า และผลการดำเนินงานด้านการเงิน เป็นผู้ตอบคนเดียวกัน ซึ่งแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบว่าการตอบแบบสอบถามมีปัญหาที่เกิดจากลักษณะร่วมดังกล่าวหรือไม่ ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบความแปรปรวนวิธีร่วม (CMV) เพื่อป้องกันความลำเอียงวิธีร่วม (CMB) ที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงหรือต่ำกว่าผิดปกติ โดยใช้วิธี Harman's Single ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ พบว่า สามารถสกัดความแปรปรวนสะสมได้ร้อยละ 42.15 แสดงว่าไม่มีปัญหาความลำเอียงวิธีร่วม (CMB) เนื่องจากมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 50

ผลการศึกษา (Findings)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

1) เจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูง จำนวน 105 คน จากวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 54 คน และวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 51 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.62 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 73.33 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.11 ส่วนใหญ่เป็นผู้ก่อตั้งกิจการเอง คิดเป็นร้อยละ 53.92 และส่วนใหญ่ทำหน้าที่บริหารองค์กรมาเป็นระยะเวลาในช่วง 1-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.17 โดยเคยมีประสบการณ์การทำงานที่องค์กรอื่นมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 53.92 ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าในพื้นที่มีระดับการแข่งขันทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.52 และมีความคิดเห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อองค์กรในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.29 รองลงมา คือ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.33

2) พนักงาน จำนวน 1,001 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.82 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.18 มีอายุอยู่ในช่วง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.82 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.63 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.20 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็น

ร้อยละ 51.00 และส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในองค์กรมาเป็นระยะเวลาช่วง 1-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 83.69 และจากการให้พนักงานประเมินตนเองว่าเป็นคนเก่งในองค์กรหรือไม่ ส่วนใหญ่มองว่าตนเองก็เหมือนกับพนักงานคนอื่น ๆ ในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 80.53 ทั้งนี้ คิดว่าสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อองค์กรในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.43 รองลงมา คือ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.20

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling [SEM])

ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis [CFA]) และ 2) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง

ตารางที่ 1 ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation matrix)

ตัวแปร	Mean	SD	1	2	3	4
1. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ	4.086	0.401	(0.958)			
2. ทักษะปัญญา	3.812	0.547	0.389***	(0.850)		
3. ความพึงพอใจของลูกค้า	3.962	0.645	0.246*	0.557***	(0.936)	
4. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	3.534	0.604	0.306**	0.402***	0.712***	(0.908)

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05; ** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α)

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โมเดลการวัด เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝง

1) การประเมินโมเดลรวม: เป็นการประเมินความกลมกลืนโดยรวมของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืน ดังตารางที่ 2 ดังนี้ $\chi^2=341.342$, $df=164$, และ $\chi^2/df=2.081$ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า SRMR=0.053 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2018) ทั้งนี้ มีค่า CFI=0.910, ค่า TLI=0.895 และ ค่า RMSEA=0.101 ถึงแม้ค่า CFI จะอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศริฐัฐ รินโสง, 2564) แต่เพื่อให้โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยิ่งขึ้น จึงมีการปรับโมเดลการวัด 3 คู่ ดังนี้ EL2 WITH EL1, FP4 WITH FP3 และ FP2 WITH FP1 ทั้งนี้ หลังการปรับโมเดลการวัด มีค่าดัชนีวัดความกลมกลืน ดังนี้ $\chi^2=256.860$, $df=161$ และ $\chi^2/df=1.60$ มีค่า CFI=0.951, ค่า TLI=0.942 และค่า SRMR=0.05 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Hair et al., 2018) และมีค่า RMSEA=0.075 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศริฐัฐ รินโสง, 2564) ดังนั้นแสดงว่า โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงไม่มีการปรับโมเดลอีก

ตารางที่ 2 ค่าสถิติวัดความกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA)

Model	χ^2	df	p-value	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
CFA	341.342	164	0.0000	2.081	0.101	0.910	0.895	0.053
CFA (ปรับโมเดล)	256.860	161	0.0000	1.60	0.075	0.951	0.942	0.049

2) ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้: พบว่า ค่าน้ำหนักของทุกตัวบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีความมากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2018) แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงนั้น

3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence validity): พิจารณาจากความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite reliability [CR]) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (Average variance extracted [AVE]) ทั้งนี้ จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR มากกว่า 0.7 และมีค่า AVE มากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2018) แสดงว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ตารางที่ 3 ค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ ค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย

ตัวแปร	CR	AVE
ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ	0.958	0.741
ทุนทางปัญญา	0.850	0.654
ความพึงพอใจของลูกค้า	0.936	0.787
ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	0.888	0.616

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง

1) การประเมินโมเดลรวม: จากตารางที่ 4 $\chi^2=256.860$, $df=161$ และ $\chi^2/df=1.60$ มีค่า CFI=0.951, ค่า TLI=0.942 และค่า SRMR=0.05 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Hair et al., 2018) และมีค่า RMSEA=0.075 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัญฐ์ รินโธสง, 2564) แสดงว่า โมเดลโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4 ค่าสถิติวัดความกลมกลืนของโมเดลโครงสร้าง

Model	χ^2	df	p-value	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
SR	256.860	161	0.0000	1.60	0.075	0.951	0.942	0.049

2) การอธิบายอิทธิพลทางตรง: จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทุนทางปัญญาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.389$, $p<0.001$) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 อธิบายได้ว่า เมื่อผู้นำองค์กรมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการสูงขึ้น จะมีส่วนในการส่งเสริมและยกระดับทุนทางปัญญาขององค์กรให้สูงขึ้นได้เช่นกัน

นอกจากนี้ พบว่า ทุนทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.544$, $p<0.001$) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 6 อธิบายได้ว่า เมื่อองค์กรมีทุนทางปัญญาสูงขึ้นก็จะเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มขึ้น และพบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร ($\beta=0.701$, $p<0.001$) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 7 อธิบายได้ว่า เมื่อความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 5 ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect)

เส้นความสัมพันธ์	β	Z	p-value	95% CLs	
				Lower	Upper
1. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ทุนทางปัญญา	0.389***	0.093	0.000	0.190	0.554
2. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ความพึงพอใจของลูกค้า	0.034	0.106	0.751	-0.183	0.235
3. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	0.152	0.091	0.093	-0.027	0.333
4. ทุนทางปัญญา --> ความพึงพอใจของลูกค้า	0.544***	0.102	0.000	0.325	0.727
5. ทุนทางปัญญา --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	-0.048	0.122	0.692	-0.300	0.175
6. ความพึงพอใจของลูกค้า --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	0.701***	0.086	0.000	0.523	0.862

*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

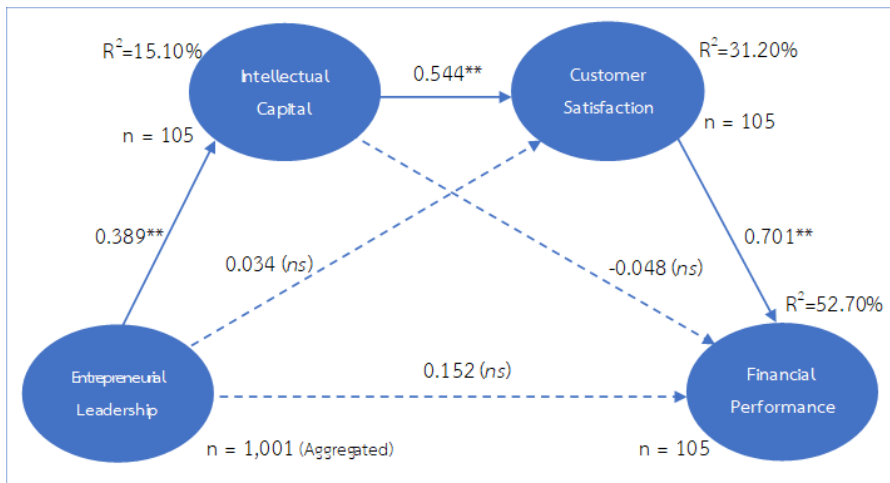
3) การอธิบายอิทธิพลทางอ้อม: จากตารางที่ 6 ซึ่งแสดงผลการทดสอบบทบาทของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรต้นกลางความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร พบว่า ทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทเป็นตัวแปรต้นกลาง ($\beta=0.149, p<0.01$) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 9 ทั้งนี้ ผลการทดสอบอิทธิพลของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรต้นกลาง พบว่าเป็นตัวแปรต้นกลางโดยสมบูรณ์ (Full mediating) อธิบายได้ว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรโดยผ่านตัวแปรทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า โดยไม่ได้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรโดยตรง นั่นคือ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรจะมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยผ่านทุนทางปัญญาและส่งต่อไปยังความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นหากองค์กรมีผู้นำที่มีการตระหนักรู้ถึงโอกาสและสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสในการดำเนินธุรกิจก็จะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนทุนทางปัญญาและเตรียมความพร้อมให้กับทุนทางปัญญาขององค์กรอย่างเหมาะสม อันก่อให้เกิดผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและส่งผลดีต่อไปยังผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรต่อไป

ตารางที่ 6 ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

เส้นความสัมพันธ์	β	Z	p-value	95% CLs	
				Lower	Upper
1. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ทุนทางปัญญา --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	-0.019	0.051	0.709	-0.139	0.065
2. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ความพึงพอใจของลูกค้า --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	0.024	0.075	0.753	-0.131	0.172
3. ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ --> ทุนทางปัญญา --> ความพึงพอใจของลูกค้า --> ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	0.149**	0.055	0.007	0.067	0.288

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ภาพที่ 2 อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม



** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ns = not significant

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Discussion and Recommendation)

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่พบว่าภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะส่งผลเชิงบวกต่อองค์กรทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร (Cai et al., 2019; Fontana & Musa, 2017; Huang et al., 2014; Miao et al., 2019; Rahim et al., 2015; Sawaeen & Ali, 2020)

ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทุนทางปัญญา อธิบายได้ว่า เมื่อผู้นำองค์กรมีคุณลักษณะภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะมีส่วนในการยกระดับทุนทางปัญญาขององค์กร เนื่องจากคุณลักษณะของผู้นำ ที่สะท้อนการตระหนักรับรู้ถึงโอกาสและการใช้ประโยชน์จากโอกาสในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร (Renko et al., 2015) จะมีส่วนช่วยในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทุนทางปัญญาขององค์กร เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้น รวมทั้งผู้นำจะเป็นต้นแบบและสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้แก่พนักงานและมีส่วนช่วยกระตุ้นและผลักดันให้พนักงานทำงานด้วยวิธีการใหม่ ๆ ส่งผลให้ทุนทางปัญญาขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นได้

นอกจากนี้พบว่า ทุนทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อธิบายได้ว่า เมื่อทุนทางปัญญาขององค์กรสูงขึ้นจะสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าขององค์กรให้สูงขึ้นได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากหากองค์กรมีทุนทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพก็จะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาสินค้าขององค์กรและสนับสนุนผลการดำเนินงานด้านอื่นๆ ขององค์กร รวมทั้งสามารถตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น อันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้สูงขึ้นตามไปด้วย และพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร อธิบายได้ว่า หากองค์กรสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ก็จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำและสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ อันจะส่งผลดีต่อผลประกอบการทางการเงินขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดมุมมองด้านลูกค้าของการวัดผลองค์กรแบบสมดุล (Kaplan & Norton, 1996) และผลการศึกษาของ Fornell et al. (2016) และ Otto et al. (2020)

ทั้งนี้ ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรโดยผ่านตัวแปรทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Coder et al. (2017) ที่พบว่า ทุนทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย การเติบโตของกำไร และความสำเร็จทางธุรกิจในกลุ่มของธุรกิจขนาดเล็ก และงานของ Kamukama (2013) ที่พบว่า ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก

ดังนั้นหากองค์กรต้องการยกระดับผลการดำเนินงานด้านการเงิน เจ้าของหรือผู้นำขององค์กรควรต้องมีคุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ โดยควรต้องมุ่งเน้นในการเตรียมความพร้อมให้กับทุนทางปัญญาขององค์กรอย่างเหมาะสม อันก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและนำไปสู่ผลการดำเนินงานด้านการเงินต่อไป ทั้งนี้ จากผลการวิจัยก่อให้เกิดคุณูปการทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ ดังนี้

การนำผลการวิจัยไปใช้ทางทฤษฎี (Theoretical implications)

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งในการเติมเต็มองค์ความรู้ในศาสตร์ทางด้านการจัดการ ให้คุณูปการทางทฤษฎีผู้นำระดับสูง แนวคิดภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ทฤษฎีฐานทรัพยากร และแนวความคิดทุนทางปัญญา อธิบายได้ดังนี้

1) ผลการวิจัยแสดงถึงบทบาทของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรซึ่งถือเป็นรูปแบบภาวะผู้นำประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้นำระดับสูง ที่ระบุว่า คุณลักษณะของผู้นำระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการเลือกกลยุทธ์หรือการตัดสินใจทางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ (Hambrick & Mason, 1984; Hambrick, 2007)

2) ผลการวิจัยแสดงถึงบทบาทเชิงบวกของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Barney, 1991) ที่ระบุว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จมีความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถนำความยั่งยืนมาสู่องค์กรได้จากทรัพยากรและความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กร ดังนั้นจากผลการวิจัย ทุนทางปัญญาถือเป็นทรัพยากรหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันและบรรลุผลสำเร็จ (Subramaniam & Youndt, 2005; Kianto, 2017; Huang & Huang, 2020)

การนำผลการวิจัยไปใช้ทางปฏิบัติ (Practical implications)

1) ผลการศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดคุณูปการในการบริหารจัดการองค์กร เนื่องจากพบว่าภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยผ่านทุนทางปัญญา และผ่านความพึงพอใจของลูกค้า นั่นคือ การที่ผู้นำองค์กรมีคุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร ตัวอย่างเช่น กรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือ การเกิดสถานการณ์โควิด-19 เป็นต้น ผู้นำที่มีคุณลักษณะตามแนวคิดของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการจะพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและมีแนวทางแก้ไขปัญหาย่างสร้างสรรค์ มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนทุนทางปัญญาอย่างเหมาะสม รวมทั้งตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษฐานลูกค้าและขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมทั้งเพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลดีต่อผลประกอบการทางการเงินอันนำไปสู่ความอยู่รอดและการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการของผู้นำองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทุนทางปัญญา ดังนั้นหากผู้นำของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีคุณลักษณะตามแนวคิดของภาวะผู้นำดังกล่าวก็จะนำไปสู่การตัดสินใจบริหารจัดการด้านต่างๆ อันนำไปสู่การพัฒนาทุนทางปัญญา อันส่งผลดีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและผลดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรต่อไป

ทั้งนี้ ผู้นำองค์กรควรมีการส่งเสริมในด้านต่างๆ เพื่อยกระดับทุนทางปัญญา เช่น ผู้นำองค์กรควรช่วยกระตุ้นและผลักดันให้พนักงานทำงานด้วยวิธีการใหม่ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดกระบวนการในการพัฒนาและปรับปรุงงานตามมา รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับระบบบริหารจัดการ ยุทธศาสตร์ทรัพยากรทางปัญญา ยุทธศาสตร์ระบบข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ ยุทธศาสตร์เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสนับสนุนการทำงาน เป็นต้น ซึ่งจะมีส่วนช่วยสนับสนุนกระบวนการทำงานด้านต่างๆ ขององค์กร รวมทั้งควรมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีทั้งกับลูกค้า ชักพวยหลายเออร์และพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งในมิติของการดำเนินงานร่วมกันและการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวของผู้นำจะมีส่วนสำคัญยิ่งในการยกระดับทุนทางปัญญา

3) องค์ความรู้ที่ได้รับสามารถเป็นแนวทางในการวางนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคผลิต เพื่อให้ผลประกอบการทางการเงินสูงขึ้น เช่น การพัฒนาและส่งเสริมให้เจ้าของหรือผู้บริหารระดับสูงมีภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการส่งเสริมเพื่อยกระดับทุนทางปัญญาขององค์กร เป็นต้น

ข้อจำกัดและงานวิจัยในอนาคต (Limitation and Future Research)

ข้อจำกัดสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงของสถานการณ์โควิด-19 จึงทำให้เก็บรวบรวมข้อมูลค่อนข้างยากกว่าปกติ และมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

- 1) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงคุณลักษณะหนึ่งของผู้นำองค์กร คือ ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ดังนั้นในอนาคตอาจศึกษาถึงคุณลักษณะอื่นๆ ของผู้นำที่ซึ่งอาจมีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กร เช่น การศึกษาทางด้านธุรกิจ ประสบการณ์ในการดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง หรือภาวะผู้นำประเภทอื่นๆ เช่น ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม เป็นต้น
- 2) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาบทบาทของทุนทางปัญญาและความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งเป็นเพียงกลไกหนึ่งเท่านั้น ในอนาคตอาจพิจารณาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีบทบาทต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน
- 3) การวิจัยในอนาคตอาจแยกประเภททุนทางปัญญา เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบโดยตรงของทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน หรือเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการ ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์
- 4) ในอนาคตอาจตรวจสอบผลกระทบของภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการต่อตัวแปรตามอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การเติบโตของยอดขาย การเติบโตของส่วนแบ่งตลาด การเติบโตของรายได้ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา. (2563). *How to transform a company from good to great*.
<https://www.blockdit.com/posts/5f364ebfbb1c3d131175a47a>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *แผนพัฒนาภาคใต้ พ.ศ. 2560- 2565 ฉบับทบทวน*. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10196
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564)*. <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=12>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2563*.
<https://sme.go.th/th/download.php?modulekey=215&cid=0>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *Dashboard SME big*.
[Datahttps://sme.go.th/th/page.php?modulekey=348](https://sme.go.th/th/page.php?modulekey=348)
- อิศรภรณ์ รินโธสง. (2564). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. บริษัท นีโอพ้อยท์ (1995) จำกัด.
- Bagheri, A., & Harrison, C. (2020). Entrepreneurial leadership measurement: A multi-dimensional construct. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(4), 659-679.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

- Bliese, P. D. (2000). *Within group agreement, non-independence and reliability: Implications for data and analysis*. In K. J. Klein & S. W. J. Kozlowski (Eds.), *Multilevel theory, research and methods in organizations: Foundations, extensions, and new directions* (pp. 349-381). Jossey-Bass.
- Cai, W., Lysova, E. I., Khapova, S. N., & Bossink, B. A. (2019). Does entrepreneurial leadership foster creativity among employees and teams? The mediating role of creative efficacy beliefs. *Journal of Business and Psychology*, 34(2), 203-217.
- Cheng, C. C., & Krumwiede, D. (2017). What makes a manufacturing firm effective for service innovation? The role of intangible capital under strategic and environmental conditions. *International Journal of Production Economics*, 193, 113-122.
- Clark, C. M., Harrison, C., & Gibb, S. (2019). Developing a conceptual framework of entrepreneurial leadership: A systematic literature review and thematic analysis. *International Review of Entrepreneurship*, 17(3), 347-384.
- Coder, L., Peake, W. O., & Spiller, M. S. (2017). Do high performance work systems pay for small firms? An intellectual capital building perspective. *Journal of Small Business Strategy*, 27(2), 13-35.
- Cogliser, C. C., & Brigham, K. H. (2004). The intersection of leadership and entrepreneurship: Mutual lessons to be learned. *The Leadership Quarterly*, 15(6), 771-799.
- Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia. *Long Range Planning*, 30(3), 366-373.
- Engelen, A., Gupta, V., Strenger, L., & Brettel, M. (2015). Entrepreneurial orientation, firm performance, and the moderating role of transformational leadership behaviors. *Journal of Management*, 41(4), 1069-1097.
- Feng, T., Wang, D., Lawton, A., & Luo, B. N. (2019). Customer orientation and firm performance: The joint moderating effects of ethical leadership and competitive intensity. *Journal of Business Research*, 100, 111-121.
- Fontana, A., & Musa, S. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 2-19.

- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, 60(4), 7-18.
- Fornell, C., Morgeson III, F. V., & Hult, G. T. M. (2016). Stock returns on customer satisfaction do beat the market: Gauging the effect of a marketing intangible. *Journal of Marketing*, 80(5), 92-107.
- Garcés-Galdeano, L., & García-Olaverri, C. (2019). The hidden value of intangibles: Do CEO characteristics matter?. *International Journal of Manpower*, 40(6), 1075-1091.
- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: Developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 241-260.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.
- Hambrick, D. C. (2007). Upper echelons theory: An update. *The Academy of Management Review*, 32(2), 334-343.
- Huang, S., Ding, D., & Chen, Z. (2014). Entrepreneurial leadership and performance in Chinese New ventures: A moderated mediation model of exploratory innovation, exploitative innovation and environmental dynamism. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 453-471.
- Huang, C. C., & Huang, S. M. (2020). External and internal capabilities and organizational performance: Does intellectual capital matter? *Asia Pacific Management Review*, 25(2), 111-120.
- Inkinen, H., Kianto, A., Vanhala, M., & Ritala, P. (2017). Structure of intellectual capital—an international comparison. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 30(5), 1160-1183.
- James, D. L., Demaree, R. G., & Wolf, G. (1984). Estimating within-group interrater reliability with and without response bias. *Journal of Applied Psychology*, 69(1), 85-98.
- Kamukama, N. (2013). Intellectual capital: Company's invisible source of competitive advantage. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 23(3), 260-283.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review*, 39(1), 53-79.

- Kianto, A., Sáenz, J., & Aramburu, N. (2017). Knowledge-based human resource management practices, intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research*, 81, 11-20.
- Koryak, O., Mole, K. F., Lockett, A., Hayton, J. C., Ucbasaran, D., & Hodgkinson, G. P. (2015). Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 33(1), 89-105.
- LeBreton, J. M., & Senter, J. L. (2008). Answers to 20 questions about interrater reliability and interrater agreement. *Organizational Research Methods*, 11(4), 815-852.
- Leitch, C. M., & Volery, T. (2017). Entrepreneurial leadership: Insights and directions. *International Small Business Journal*, 35(2), 147-156.
- McDowell, W. C., Peake, W. O., Coder, L., & Harris, M. L. (2018). Building small firm performance through intellectual capital development: Exploring innovation as the black box. *Journal of business research*, 88, 321-327.
- Miao, Q., Eva, N., Newman, A., & Cooper, B. (2019). Ceo entrepreneurial leadership and performance outcomes of top management teams in entrepreneurial ventures: The mediating effects of psychological safety. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 1119-1135.
- Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (2017). *MPlus: statistical analysis with latent variables User's guide* (8th ed.). Muthén & Muthén.
- Otto, A. S., Szymanski, D. M., & Varadarajan, R. (2020). Customer satisfaction and firm performance: insights from over a quarter century of empirical research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 543-564.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Jeong-Yeon, L., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Rahim, H. L., Zainal Abidin, Z., Mohtar, S., & Ramli, A. (2015). The effect of entrepreneurial leadership towards organizational performance. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), 193-200.
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74.

- Richard, P. J., Devinney, T. M., Yip, G. S., & Johnson, G. (2009). Measuring organizational performance: Towards methodological best practice. *Journal of Management*, 35(3), 718-804.
- Sarlak, M. A., Moradgholi, M., & Ghorbani, A. (2012). Effect of transformational leadership on intellectual capital. *African Journal of Business Management*, 6(27), 7977-7986.
- Sawaeen, F., & Ali, K. (2020). The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity. *Management Science Letters*, 10(2), 369-380.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Simba, A., & Thai, M. T. T. (2019). Advancing entrepreneurial leadership as a practice in MSME management and development. *Journal of Small Business Management*, 57, 397-416.
- Stewart, T. A. (1997). *Intellectual capital: The new wealth of organizations*. Nicholas Brealey.
- Stewart, T. A. (2010). *Intellectual capital: The new wealth of organization*. Currency.
- Subramaniam, M., & Youndt, M. A. (2005). The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. *Academy of Management Journal*, 48(3), 450-463.
- Tan, J. J., & Littschert, R. J. (1994). Environment-strategy relationship and its performance implications: An empirical study of the Chinese electronics industry. *Strategic Management Journal*, 15(1), 1-20.
- Ullah, I., Mirza, B., & Jamil, A. (2021). The influence of ethical leadership on innovative performance: modeling the mediating role of intellectual capital. *Journal of Management Development*, 40(4), 273-292.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage. *Journal of Marketing*, 69(1), 80-94.
- Youndt, M. A., & Snell, S. A. (2004). Human resource configurations, intellectual capital, and organizational performance. *Journal of Managerial Issues*, 16(3), 337-360.
- Yukl, G.A. (2020). *Leadership in organizations* (9th ed.). Pearson Education Limited.