

กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้*

STRATEGIES TO DEVELOP CAPABILITIES FOR ORCHID BUSINESS

ธัญญรัตน์ เกตุแก้ว

Thunyarut Katekaew

ณธษา เทื่อนฤชัย

Nathasa Thuwan-Ruachai

ทวีศักดิ์ รูปสิงห์

Taweesak Roopsing

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

E-mail: thunyarut.mean@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ 2) เพื่อศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ 3) เพื่อพัฒนากลยุทธ์สำหรับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้จำนวน 3 ท่าน และทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ทำการแจกแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 400 ท่าน สถิติที่ใช้คือ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ศึกษาในระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 31 ปี มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 200,000 บาท การจัดตั้งกิจการไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ กิจการมีขนาดกลางและขนาดย่อม โดยองค์ประกอบหลักในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้มี 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะ 3) ด้านความเป็นผู้ประกอบการ จากการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติร้อยละ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรู้ และด้านทักษะตามลำดับ ในการวิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบ พบว่า มีจำนวนองค์ประกอบทั้งหมด 4 องค์ประกอบหลัก และ 20 องค์ประกอบย่อย จากองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยที่ได้นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ กิจกรรมและแนวทางในการดำเนินการทั้ง 3 ด้าน โดยมีกลยุทธ์ที่ 1 ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้

* Received 29 May 2021; Revised 18 September 2021; Accepted 21 September 2021



กลยุทธ์ที่ 2 ด้านการบริหารการตลาด กลยุทธ์ที่ 3 ด้านการพัฒนาตนเอง กลยุทธ์ที่ 4 ด้านภาวะการเป็นผู้นำ จากกลยุทธ์ที่ได้ก็นำไปเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจกล้วยไม้ หรือนำไปพัฒนาธุรกิจของตนให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การวิเคราะห์องค์ประกอบ, การพัฒนาสมรรถนะ, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจกล้วยไม้

Abstract

The objectives of this research article were to 1) to study the operating conditions of orchid business operators 2) to study the performance of orchid business operators 3) to develop strategies for developing the performance of orchid entrepreneurs. The researcher collected data from in-depth interviews. Conduct interviews with three orchid entrepreneurs and collect data from questionnaires. The questionnaires were distributed to 400 orchid entrepreneurs and related persons. The statistics used were Statistical value, percentage, mean, standard deviation and analysis of the weight of the elements (Factor Analysis). Most of the respondents were male. Study at the bachelor level More than 31 years in business operation with monthly income less than 200,000 baht. Establishment of unregistered commercial businesses. The business is small and medium. The main components of the competency development of orchid business entrepreneurs consist of 3 aspects: 1) knowledge 2) skills 3) entrepreneurship. From the analysis with the percentage statistical values The respondents put the greatest emphasis on entrepreneurship, followed by knowledge and skills, respectively. In analyzing the component weight, there were 4 main components and 20 sub-elements. From the main components and sub-elements that have been defined as the strategy for developing the competency of the orchid business operator. Activities and approaches to implement all 3 areas with strategy 1, knowledge of orchid business, strategy 2, marketing management, strategy 3, self-development, strategy 4, leadership. From the strategy that has been used as a guideline for the orchid business operation or used to develop their business to be more complete.

Keywords: Strategy, Factors Analysis, Performance Development, Entrepreneurship, Orchid Business



บทนำ

ประเทศไทยมีการส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกอันดับหนึ่งในเขตเมืองร้อนของโลก ซึ่งจัดให้เป็นพืชในกลุ่ม Product Champion (สมาคมผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทย) ทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายพันล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล้วยไม้ซึ่งเป็นดอกไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยและได้รับความนิยมจากต่างประเทศ ทำให้สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศมีมูลค่าการส่งออกปีละประมาณ 2,000 - 3,000 ล้านบาท (กรุงเทพฯ, 2564). พันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดมีการปลูกในเชิงพาณิชย์ คือ สกุลหวาย (Dendrobium) คิดเป็นร้อยละ 95 ของการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทย พันธุ์อื่นที่สำคัญที่มีการปลูกและส่งออก ได้แก่ อะแรนด้า (Aranda) ม็อคคาร่า (Mokara) ออนซิเดียม (Oncidium) และแวนด้า (Vanda) ฟาร์มกล้วยไม้มีอยู่ทั่วประเทศ แต่จังหวัดที่อยู่รอบกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่สำคัญที่สุดสำหรับการผลิตกล้วยไม้ จังหวัดนครปฐม เป็นผู้ผลิตดอกกล้วยไม้ที่ใหญ่ที่สุด ตามด้วยสมุทรสาคร กรุงเทพมหานคร ราชบุรี นนทบุรี และพระนครศรีอยุธยา ตามลำดับ การผลิตใน 6 จังหวัดนี้ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเหมาะกับการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและใกล้แหล่งน้ำ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548) เนื่องจากกล้วยไม้มีสีสันสวยงาม สีของดอกมีเกือบทุกสี มีทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ หลากหลายแตกต่างกันไปตามลักษณะประจำพันธุ์ ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้ได้ตามความต้องการ การส่งออกกล้วยไม้ยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ความต้องการกล้วยไม้ตัดดอกยังคงมีมากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สำหรับประดับอาคารสถานที่และใช้ตกแต่งอาหารในธุรกิจบริการ โรงแรมภัตตาคาร และร้านอาหาร ต่าง ๆ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการและเกษตรกรจำนวนมากมักพบปัญหาในหลายด้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การถูกกดราคาจากต่างประเทศ ค่าปุ๋ย ค่ายา ค่าแรง ที่เพิ่มขึ้น การขาดแคลนคนงาน การถูกระงับใช้สารเคมีบางชนิด เป็นต้น ปัญหาของคุณภาพสินค้าที่ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากการปนเปื้อนของศัตรูพืช เช่น เพลี้ยไฟ ปัญหาของการขนส่งสินค้าไม่ตรงเวลาและต้นทุนค่าขนส่งสูง และปัญหาที่พบล่าสุดคือ ปัญหาของโรคระบาด จึงทำให้เกิดการชะลอตัวของการส่งออก ผู้ประกอบการบางรายเกิดการขาดทุนอย่างหนัก ทำให้เกษตรกรได้รับความเดือดร้อน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548) ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายเลิกกิจการไป ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านกลยุทธ์จะทำให้ธุรกิจดำเนินได้ จากทฤษฎีของ ธงชัย สันติวงษ์ กล่าวว่า กลยุทธ์ หมายถึง วิธีหรือแผนปฏิบัติที่เกี่ยวกับการแบ่งสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้เกิดผลที่เป็นข้อได้เปรียบ และสามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์อันใดอันหนึ่งหรือหลายวัตถุประสงค์พร้อมกัน โดยให้มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ณ ระดับที่ยอมรับได้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2533) หากผู้ประกอบการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะจะทำให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง จากทฤษฎีของ เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ทักษะ



ความรู้ และความสามารถหรือพฤติกรรมของบุคลากรที่จำเป็นในการปฏิบัติงานใดงานหนึ่ง กล่าวคือ ในการทำงานหนึ่ง ๆ เราต้องรู้และเมื่อความรู้หรือข้อมูลแล้วเราต้องรู้ว่า จะทำงานนั้น ๆ อย่างไร และควรมีพฤติกรรมหรือคุณลักษณะเฉพาะอย่างไรจึงจะทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรทราบว่า คุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่ดีในการทำงานของบุคลากรในองค์กร (Superior Performer) นั้นเป็นอย่างไร (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2543)

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพการดำเนินงาน สมรรถนะ และกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ เพื่อให้ผู้ประกอบการและเกษตรกรมีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์สำหรับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ทั้งนี้เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview Form) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ที่มีธุรกิจเป็นของตนเองรวมถึงเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้และผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น คนในครอบครัวของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ผู้ที่มีความรู้ด้านกล้วยไม้ เป็นต้น ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้ทำการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2511) จำนวนประชากร ∞ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เครื่องมือใช้เก็บข้อมูล คือ



1. แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) เกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ รายได้สุทธิต่อเดือน ประเภทของการจัดตั้งกิจการ ขนาดของกิจการ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scales)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ข้อนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ข้อนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ข้อนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ข้อนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ข้อนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเป็นแบบเปิด (Open ended question)

2. แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) ทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้จังหวัดนครปฐม 1 ท่าน และจังหวัดสมุทรสาคร 2 ท่าน

วิธีการเก็บข้อมูล

กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการใช้แบบสอบถามแจกตามสถานที่ต่างๆ เช่น สวนกล้วยไม้ บริษัทกล้วยไม้ และเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงบ้านของผู้วิจัยมีผู้ปลูกกล้วยไม้จำนวนมาก จึงเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด ระยะเวลาตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2563 - 2 ธันวาคม 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

อธิบายลักษณะการกระจายตัวของข้อมูล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ รายได้สุทธิต่อเดือน ประเภทของการจัดตั้งกิจการ ขนาดของกิจการ โดยนำเสนอรูปแบบ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Analysis)

เพื่อหาน้ำหนักและนำมาจัดองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อย โดยการใช้วิธีดังนี้

2.1 KMO และ Bartlett's test เพื่อดูความสอดคล้องกลมกลืนของข้อมูล

2.2 Eigen Value เพื่อดูกลุ่มที่ถูกจัดขึ้นมา มีความน่าเชื่อถือ

2.3 Factor loading เพื่อดูค่าน้ำหนักที่ข้อคำถาม (ตัวแปร) ที่มีต่อกลุ่ม

(องค์ประกอบ)



3. การพัฒนากลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Analysis)

เพื่อนำองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยมากำหนดเป็นกลยุทธ์ใหม่ และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	214	53.5
2. หญิง	186	46.5
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6/ปวช.)	103	25.8
2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	115	28.8
3. ปริญญาตรี	152	38.0
4. สูงกว่าปริญญาตรี	30	7.5
รวม	400	100.0
ระยะเวลาดำเนินการของท่าน		
1. น้อยกว่า 5 ปี	42	10.5
2. 6 - 10 ปี	69	17.3
3. 11 - 15 ปี	74	18.5
4. 16 - 20 ปี	35	8.8
5. 21 - 30 ปี	80	20.0
6. มากกว่า 31 ปี	100	25.0
รวม	400	100.0
รายได้สุทธิต่อเดือนโดยเฉลี่ย		
1. น้อยกว่า 200,000 บาท	160	40.0
2. 200,001 - 400,000 บาท	146	36.5
3. 400,001 - 600,000 บาท	64	16.0
4. มากกว่า 600,001 บาท	30	7.5
รวม	400	100.0
ประเภทของการจัดตั้งกิจการ		
1. จดทะเบียนพาณิชย์	48	12.0
2. ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์	352	88.0



คุณลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รวม	400	100.0
ขนาดของกิจการฟาร์มกล้วยไม้		
1. ขนาดกลางและขนาดย่อม	394	98.5
2. ขนาดใหญ่	6	1.5
รวม	400	100.0

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้

ตารางที่ 2 สมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้

สมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านความรู้			
1. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจกล้วยไม้	4.18	.786	มาก
2. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการโรงเรือนปลูกกล้วยไม้	4.21	.740	มาก
3. ความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์ของกล้วยไม้	4.18	.802	มาก
4. ความรู้เกี่ยวกับการดูแลกล้วยไม้	4.25	.795	มาก
5. ความรู้เกี่ยวกับการขยายสายพันธุ์ของกล้วยไม้	4.08	.837	มาก
6. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการผลิตกล้วยไม้	4.23	.827	มาก
7. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมโดยรอบสวนกล้วยไม้ หรือ โรงเรือนจัดเก็บกล้วยไม้	4.22	.812	มาก
8. ความรู้ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกล้วยไม้	4.25	.853	มาก
รวม	4.20	.732	มาก
ด้านทักษะ			
1. ความสามารถในการสังเกตและความเข้าใจถึงการปลูกกล้วยไม้	4.17	.758	มาก
2. ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และการจัดการกับความผิดปกติของกล้วยไม้	4.09	.783	มาก
3. ความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าภายในโรงเรือน	4.10	.766	มาก
4. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจกล้วยไม้ (เช่น การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อบันทึกประวัติของสายพันธุ์กล้วยไม้ และการหาข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น)	3.96	.853	มาก
5. ความสามารถในการต่อยอดผลผลิตผลิตภัณฑ์ (การแปรรูปกล้วยไม้)	4.01	.922	มาก
6. ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของเสียภายในโรงเรือน (เช่น ดอกกล้วยไม้ที่ร่วงออกจากก้าน)	4.09	.894	มาก
รวม	4.07	.735	มาก



สมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านความเป็นผู้ประกอบการ			
1. ด้านวิสัยทัศน์ในการบริหารธุรกิจกล้วยไม้	4.29	.847	มาก
2. ด้านความเสี่ยงและความกล้าหาญในการตัดสินใจเมื่อเกิด ปัญหาภายในองค์กร	4.29	.816	มาก
3. ด้านภาวะผู้นำ	4.42	.759	มาก
4. ด้านความซื่อสัตย์ต่อธุรกิจตนเอง	4.58	.652	มากที่สุด
5. ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	4.55	.655	มากที่สุด
6. ด้านการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยไม้	4.16	.727	มาก
7. ด้านการปรับตัวให้ทันและเข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นใน ปัจจุบัน เช่น โรคโควิด-19	4.36	.763	มาก
8. ด้านการเปิดรับ การรับฟังความรู้ และข่าวสารที่แท้จริง เกี่ยวกับกล้วยไม้จากผู้เชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้	4.19	.709	มาก
9. ด้านการแสวงหาความรู้และการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสารวิชาการเกี่ยวกับกล้วยไม้ในแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้	4.19	.742	มาก
10. ด้านการร่วมมือ การเข้าถึงและการให้ความร่วมมือกับ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้	4.19	.724	มาก
รวม	4.32	.592	มาก

3. ผลการวิเคราะห์น้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor analysis)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของแต่ละตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อกำหนดว่าตัวแปรใดจะอยู่ในองค์ประกอบใด โดยใช้หลักการพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรว่าค่าใดมีค่าสูงสุด และค่าน้ำหนักขององค์ประกอบต้องมากกว่า 0.50 พบว่า มีจำนวนองค์ประกอบอยู่ 4 องค์ประกอบ เมื่อนำมาจัดทำ Factor และตั้งชื่อตามองค์ประกอบ

ตารางที่ 3 แสดงองค์ประกอบหลักจำนวน 4 องค์ประกอบ และ องค์ประกอบย่อย

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย
องค์ประกอบหลักที่ 1	a6 a3 a4 a1 a5 a7
องค์ประกอบหลักที่ 2	a8 b2 b1 b5 c1 b6
องค์ประกอบหลักที่ 3	c8 c9 c10 c6
องค์ประกอบหลักที่ 4	c4 c3 c5 c2

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบซึ่งได้ทั้งหมด 4 องค์ประกอบหลัก เมื่อนำมากำหนดกลุ่มและตั้งชื่อใหม่ตามองค์ประกอบ



ตารางที่ 4 องค์ประกอบหลักที่ 1 และองค์ประกอบย่อย และชื่อองค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบหลักที่	องค์ประกอบย่อย	ชื่อองค์ประกอบ
1	1. ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการผลิตกล้วยไม้ 2. ความรู้เกี่ยวกับสายพันธุ์ของกล้วยไม้ 3. ความรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลกล้วยไม้ 4. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 5. ความรู้เกี่ยวกับการขยายสายพันธุ์ของกล้วยไม้ 6. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรอบสวนกล้วยไม้หรือโรงเรือนจัดเก็บกล้วยไม้	ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้

ตารางที่ 5 องค์ประกอบหลักที่ 2 และองค์ประกอบย่อย และชื่อองค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบหลักที่	องค์ประกอบย่อย	ชื่อองค์ประกอบ
2	1. ความรู้ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกล้วยไม้ 2. ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และการจัดการกับความผิดปกติของกล้วยไม้ 3. ความสามารถในการสังเกตและความเข้าใจถึงการปลูกกล้วยไม้ 4. ความสามารถในการต่อยอดผลผลิตผลิตภัณฑ์ (การแปรรูปกล้วยไม้) 5. ด้านวิสัยทัศน์ในการบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 6. ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของเสียภายในโรงเรือน (เช่น ดอกกล้วยไม้ที่ร่วงออกจากก้าน)	การบริหาร การตลาด

ตารางที่ 6 องค์ประกอบหลักที่ 3 และองค์ประกอบย่อย และชื่อองค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบหลักที่	องค์ประกอบย่อย	ชื่อองค์ประกอบ
3	1. ด้านการเปิดรับ การรับฟังความรู้ และข่าวสารที่แท้จริงเกี่ยวกับกล้วยไม้ จากผู้เชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้ 2. ด้านการแสวงหาความรู้และการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารวิชาการเกี่ยวกับกล้วยไม้ในแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ 3. ด้านการร่วมมือ การเข้าถึงและการให้ความร่วมมือกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ 4. ด้านการร่วมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจหรือเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยไม้	การพัฒนาตนเอง



ตารางที่ 7 องค์ประกอบหลักที่ 4 และองค์ประกอบย่อย และชื่อองค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบที่	องค์ประกอบย่อย	ชื่อองค์ประกอบ
4	1. ด้านความซื่อสัตย์ต่อธุรกิจของตนเอง	ภาวะการเป็นผู้นำ
	2. ด้านภาวะผู้นำ	
	3. ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น	
	4. ด้านความเสี่ยงและความกล้าหาญในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาภายในองค์กร	

4. ผลการพัฒนากลยุทธ์พัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ได้องค์ประกอบในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ จำนวน 4 องค์ประกอบหลัก 20 องค์ประกอบย่อย จากองค์ประกอบที่ได้ก็นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ โดยองค์ประกอบหลักที่ได้ก็นำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ทำให้ได้กลยุทธ์ในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้จำนวน 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้

กลยุทธ์ที่ 2 ด้านการบริหารการตลาด

กลยุทธ์ที่ 3 ด้านการพัฒนาตนเอง

กลยุทธ์ที่ 4 ด้านภาวะการเป็นผู้นำ



ภาพที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้



อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ สามารถจัดรูปแบบได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ 2) ด้านการบริหารการตลาด 3) ด้านการพัฒนาตนเอง 4) ด้านภาวะการเป็นผู้นำ

1. องค์ประกอบหลักด้านที่ 1 ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) การบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 2) การวางแผนการผลิตกล้วยไม้ 3) สายพันธุ์ของกล้วยไม้ 4) วิธีการดูแลกล้วยไม้ 5) การขยายสายพันธุ์ของกล้วยไม้ 6) การจัดการสภาพแวดล้อมโดยรอบสวนกล้วยไม้หรือโรงเรือนจัดเก็บกล้วยไม้ กล่าวคือ การบริหารธุรกิจกล้วยไม้ คือ การนำทรัพยากรมาใช้ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ โดยการแลกเปลี่ยนระหว่างเจ้าของกิจการและผู้บริโภคโดยมีจุดประสงค์คือ ความสำเร็จของธุรกิจ (พิมลจรรย์นามวัฒน์, 2544) ซึ่งการบริหารธุรกิจจะรวมไปถึงการดูแลในทุก ๆ ส่วนขององค์กร และเจ้าของกิจการควรมีความรู้ในเรื่องของ การวางแผนการผลิตกล้วยไม้ มีความรู้ในเรื่องของสายพันธุ์ของกล้วยไม้ วิธีการดูแล การขยายสายพันธุ์และการจัดการสภาพแวดล้อมโดยรอบสวนกล้วยไม้ รวมไปถึงบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเดชา เดชะวัฒนไพศาล กล่าวว่า ในการทำงานหนึ่ง ๆ เราต้องรู้อะไร เมื่อมีความรู้หรือข้อมูลแล้วเราต้องรู้ว่าทำงานนั้น ๆ อย่างไร จึงจะทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จ (เดชา เดชะวัฒนไพศาล, 2543)

2. องค์ประกอบหลักด้านที่ 2 ด้านการบริหารการตลาด ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ความรู้ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกล้วยไม้ 2) ความสามารถในการคิด วิเคราะห์ และการจัดการกับความผิดปกติของกล้วยไม้ 3) ความสามารถในการสังเกตและความเข้าใจถึงการปลูกกล้วยไม้ 4) ความสามารถในการต่อยอดผลผลิตผลิตภัณฑ์ (การแปรรูปกล้วยไม้) 5) ด้านวิสัยทัศน์ในการบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 6) ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของเสียภายในโรงเรือน (เช่น ดอกกล้วยไม้ที่ร่วงออกจากก้าน) กล่าวคือ การบริหารการตลาด คือ กระบวนการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมแผนงาน เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้บริโภคกับกิจการ ทำให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย ตลอดจนการดำเนินกิจการทุกอย่างสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่ ที่กล่าวว่า ปัจจัยภายในกิจการด้านการตลาดต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง จึงจะสามารถแข่งขันได้ ต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าได้ (กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่, 2563)

3. องค์ประกอบหลักด้านที่ 3 ด้านการพัฒนาตนเอง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ด้านการเปิดรับ การรับฟังความรู้ และข่าวสารที่แท้จริงเกี่ยวกับกล้วยไม้ จากผู้เชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้ 2) ด้านการแสวงหาความรู้และการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร



วิชาการเกี่ยวกับกล้วยไม้ในแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ 3) ด้านการร่วมมือ การเข้าถึงและการให้ความร่วมมือกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ 4) ด้านการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจหรือเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยไม้ กล่าวคือ การพัฒนาตนเอง หมายถึง การพัฒนาความสามารถของตนให้มีมากขึ้น โดยเหตุที่มนุษย์ต้องการที่จะให้ตนเองเจริญก้าวหน้า (ความเจริญก้าวหน้าส่วนตัวและการรับรู้ศักยภาพของตนเอง) ดังนั้นทุกคนต้องการพัฒนาตนเองให้มีชีวิตที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนัยนัน บุญมี ที่กล่าวว่า การพัฒนาตนเองของบริษัทหลักทรัพย์ เคที ซีมิโก้ จำกัด มีการพัฒนาตนเองอยู่ในทุกด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านทัศนคติ และด้านบุคลิกภาพ เพื่อให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นัยนัน บุญมี, 2555)

4. องค์ประกอบหลักด้านที่ 4 ด้านภาวะการเป็นผู้นำ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ด้านความซื่อสัตย์ต่อธุรกิจของตนเอง 2) ด้านภาวะผู้นำ 3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 4) ด้านความเสี่ยงและความกล้าหาญในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาภายในองค์กร อาคม วัดโธสง กล่าวว่า ภาวะผู้นำ หมายถึงพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปของกระบวนการความสามารถ หรือกิจกรรม ซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่นโดยที่บุคคลอื่นจะคล้อยตามหรือปฏิบัติตามผู้นำ เพื่อให้การดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (อาคม วัดโธสง, 2547) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยภรณ์ ดาราภรณ์ อยู่ธยา ศึกษาเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำ วัฒนธรรม องค์การ กับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลศึกษาศาสนาการพาณิชย์ในเขตจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยน ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เนื่องมาจากการได้รับการสนับสนุนจากปัจจัยเชิงใจ ได้แก่ ความสำเร็จของงาน ลักษณะของงาน ความก้าวหน้า และความมั่นคงในงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผลตอบแทนและสวัสดิการนั้นช่วยกระตุ้นให้พนักงานคิดริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ประยุกต์หาทางออกในการแก้ปัญหา เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน (กัลยภรณ์ ดาราภรณ์ อยู่ธยา, 2554)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ได้มีเอกสาร บทความทางวิชาการ และงานวิจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการและจากแบบสอบถามการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ส่วนมากเป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 31 ปี รายได้น้อยกว่า 200,000 บาทต่อเดือน ไม่ได้จดทะเบียนพาณิชย์และกิจการเป็นขนาดกลางและขนาดย่อม ระดับสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะ 3) ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยมีความเห็นว่ระดับสมรรถนะด้านความเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความรู้



และด้านทักษะ ตามลำดับ กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบหลักที่ 1 ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) การบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 2) การวางแผนการผลิตกล้วยไม้ 3) สายพันธุ์ของกล้วยไม้ 4) วิธีการดูแลกล้วยไม้ 5) การขยายสายพันธุ์ของกล้วยไม้ 6) การจัดการสภาพแวดล้อมโดยรอบสวนกล้วยไม้หรือโรงเรือนจัดเก็บกล้วยไม้ องค์ประกอบหลักที่ 2 ด้านการบริหารการตลาด ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ความรู้ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายกล้วยไม้ 2) ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และการจัดการกับความผิดปกติของกล้วยไม้ 3) ความสามารถในการสังเกตและความเข้าใจถึงการปลูกกล้วยไม้ 4) ความสามารถในการต่อยอดผลผลิตผลิตภัณฑ์ (การแปรรูปกล้วยไม้) 5) ด้านวิสัยทัศน์ในการบริหารธุรกิจกล้วยไม้ 6) ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของเสียภายในโรงเรือน (เช่น ดอกกล้วยไม้ที่ร่วงออกจากก้าน) องค์ประกอบหลักที่ 3 ด้านการพัฒนาตนเอง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ด้านการเปิดรับ การรับฟังความรู้ และข่าวสารที่แท้จริงเกี่ยวกับกล้วยไม้ จากผู้เชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้ 2) ด้านการแสวงหาความรู้และการเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารวิชาการเกี่ยวกับกล้วยไม้ในแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ 3) ด้านการร่วมมือ การเข้าถึงและการให้ความร่วมมือกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ 4) ด้านการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจหรือเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยไม้ องค์ประกอบหลักที่ 4 ด้านภาวะการเป็นผู้นำ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) ด้านความซื่อสัตย์ต่อธุรกิจของตนเอง 2) ด้านภาวะผู้นำ 3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น 4) ด้านความเสี่ยงและความกล้าหาญในการตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหาภายในองค์กร จากการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่า มีปัจจัยหลายอย่างส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ โดยเฉพาะ ด้านความรู้เกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ ด้านการบริหารการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในทุกๆ ด้าน รวมไปถึงการนำกลยุทธ์ต่างๆ ไปใช้ในการประกอบกิจการ เพื่อให้กิจการดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกกล้วยไม้ไทยไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://dept.npru.ac.th/msc/data/files/research5508.pdf>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). สถานการณ์กล้วยไม้ไทย. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/652057>



- กัลยภรณ์ ดารากร ณ อยุธยา. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ กับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลศึกษานาการพาณิชย์ในเขตจังหวัดนครปฐม. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2564 จาก http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000006139
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2543). Competency-Based Human Resources Management. กรุงเทพมหานคร: HR Magazine.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2511). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: วี.อินเตอร์พรีนท์.
- นัยนันท์ บุญมี. (2555). ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานบริษัทหลักทรัพย์ เคที ซีมิโก้ จำกัด สาขา เซ็นทรัลเวิลด์. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/9785/fulltext.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- พิมลจรรย์ นามวัฒน์. (2544). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2548). เนื้อที่เก็บเกี่ยว จำนวนครุฑเรือน และเนื้อที่เพาะปลูกเฉลี่ยต่อต่อครุฑเรือน. เรียกใช้เมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <http://www.oae.go.th>
- อาคม วัดไธสง. (2547). หน้าที่ผู้นำในการบริหารการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สงขลา: ภารกิจเอกสารและตำรา มหาวิทยาลัยทักษิณ.