

รายชื่อวารสารทั้งหมด

พบวารสารทั้งหมด 1249 รายการ

*ท่านสามารถดูรายละเอียดของแต่ละวารสารได้โดยคลิกที่ชื่อของวารสาร

2697-6161							
ISSN	E-ISSN	ชื่อไทย	ชื่ออังกฤษ	TCI กลุ่มที่	สาขา	เว็บไซต์	หมายเหตุ
2697-6161	-	วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น	Journal of Legal Entity Management and Local Innovation	2	Social Sciences	https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal	<ul style="list-style-type: none">เริ่มใช้ชื่อวารสารใหม่ตั้งแต่ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม-กุมภาพันธ์ 2563 (Vol.6 No.1 2020) เป็นต้นไปISSN, E-ISSN และชื่อวารสาร (เดิม) คือ ISSN : 2630-0842, E-ISSN : 2673-0928, วารสาร เสลภูมิวิชาการ Journal of Selaphum Academic



วารสารการบริหารนิติบุคคล และนวัตกรรมท้องถิ่น

JOURNAL OF LEGAL ENTITY MANAGEMENT AND LOCAL INNOVATION

VOLUME 8 ISSUE 9 SEPTEMBER 2022

ปีที่ 8 ฉบับที่ 9 ประจำเดือนกันยายน 2565

ISSN 2697-6161



วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น จัดอยู่ในวารสารกลุ่มที่ 2
วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย Thai Citation Index (TCI)
และอยู่ในฐานข้อมูล TCI เป็นระยะเวลา 5 ปี คือในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

Journal of Legal Entity Management and Local Innovation

กำหนดการเผยแพร่

วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 12 ฉบับ
วัตถุประสงค์

วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น เดิมชื่อ "วารสารเสถภูมิวิชาการ" เป็นวารสารสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไปและแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลงานในเชิงบูรณาการหลักการบริหารจัดการนิติบุคคล รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ การจัดการ สังคมวิทยา พัฒนาสังคม การศึกษา และสหวิทยาการทางสังคมศาสตร์ที่เชื่อมโยงหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ตลอดจนบทวิเคราะห์ที่เสนอทางออกให้กับปัญหาที่อยู่ในความสนใจของสังคม โดยมีรูปแบบการตีพิมพ์ฉบับพิมพ์ ISSN (Print): 2630-0842 ตั้งแต่ปีที่ 1 ฉบับที่ 1: 2558 และได้เริ่มจัดจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ISSN (Online): 2673-0928 ตั้งแต่ปีที่ 5 ฉบับที่ 1: 2562 เป็นต้นไป วารสารเสถภูมิวิชาการ แฉ่งเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น ISSN: 2697-6161 มีกำหนดเผยแพร่วารสารฉบับปกติ (Regular Issues) ปีละ 12 ฉบับ ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นไป

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.อนุวัต กระจ่างชัย

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.สมาน งามสนิท	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผศ.ดร.สมปอง สุวรรณานูมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
ผศ.ดร.สุรพงษ์ แสงเรณู	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผศ.ดร.วันชัย สุขตาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.อุทัย สติมัน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผศ.ดร.สุวัฒน์ อินทรประไพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

เลขานุการ: นายสมยศ พันโคคา ศิลปกรรม: นายสุรชัย บุญพิทักษ์, นายคมสัน จันทร์แจ้ง
พิสูจน์อักษร: นายวิชัย ชัยบำรุง, นายไพศาล วิเศษชาติ, นางสาวณิชชาภัทร เกิดฤทธิ์

วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น

เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์

99/173 ม. 1 ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา 31170

โทรศัพท์ : 08-4147-6164 e-mail: selaphum.academic@gmail.com

จัดพิมพ์โดย: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เลขที่ 79 หมู่ 1 ตำบลลำไทร อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา 31170 โทร. 035-248-000 ต่อ 8555. แฟกซ์. 035-248-000 ต่อ 8545

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review)

ศ.ดร.บุญทัน ดอกไธสง

ศ.ดร.จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์

รศ.ดร.ธงชัย สิงอุตม

รศ.ดร.ธัชชนันท์ อิศรเดช

รศ.ดร.รัตนะ ปัญญาภา

รศ.ดร.สมชัย ศรีนोक

รศ.ดร.สุรินทร์ นียมางกูร

รศ.ดร.กัญญามาน กาญจนนาทวิบูล

รศ.ดร.ธงชัย สิงอุตม

รศ.ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง

รศ.ดร.อัจฉรา หล่อตระกูล

รศ.ดร.อภิรักษ์ จันทะนี

รศ.ดร.ภัทรพล ใจเย็น

รศ.ดร.จิรายุ ทรัพย์สิน

รศ.ดร.ศิวัช ศรีโกคางกุล

รศ.ดร.เต็มศักดิ์ ทองอินทร์

รศ.ดร.พิเชฐ ทั้งโต

รศ.ดร.ศักรระภีร์ วรวัฒน์ประปัญญา

ผศ.ดร.วาสิตา เกิดผล ประสบศักดิ์

ผศ.ดร.วิษุกร นาครชน

ผศ.ดร.ไพศาล เครือแสง

ผศ.ดร.นงศ์ลักษณ์ ใจฉลาด

ผศ.ดร.อานนท์ เมธีวรรณ

ผศ.ดร.วรรณิตร วรวิวรรณ

ผศ.ดร.สุภาพ ผู้รุ่งเรือง

ผศ.ดร.สามารถ บุญรัตน์

ผศ.ดร.นพดล ดีไทยสงค์

ผศ.ดร.จิตติวุฒิ หมั่นมี

ผศ.ดร.เสกสรร สนวา

ผศ.ดร.อนันต์ อุปสอด

ผศ.ดร.สุวัฒน์ อินทรประไพ

ผศ.ดร.อุทัย สติมัน

ผศ.ดร.ประทีป พิษทองกลาง

ผศ.ดร.ธีรภัทร กิจจารักษ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review) (ต่อ)

ผศ.ดร.จิตติวรดา พลเยี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผศ.ดร.ญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผศ.ดร.อัจฉรา ศรีพันธ์	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
ผศ.ดร.จิตติพร อุ๋นใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผศ.ดร.กมลวิช ลอยมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผศ.ดร.สยาม ราชวัตร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผศ.ดร.นฤมล อนุสนธิ์พัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผศ.ดร.เอกอนงค์ ศรีสำอังก์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผศ.ดร.สุภชัย ตรีเทศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผศ.ดร.บงกช นิมิตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผศ.ดร.อาจารย์ ประจวบเหมาะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผศ.ดร.สุรสิทธิ์ อุดมธนวนงค์	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ผศ.ดร.ปรารฐมาศ พิสิษฐ์ภักกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผศ.ดร.นพพร บัวอินทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ผศ.ดร.ดุจฤดี คงสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผศ.ว่าที่ร้อยตรี ดร.ไชยะ เทพา	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
ผศ.ว่าที่ร้อยตรีพงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผศ.มานิตย์ อรรถชาติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผศ.ดร.จักรวาล สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อ.ดร.ณัฐพัชร์ วรพงษ์พัชร์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
อ.ดร.ทศพร มะหะหมัด	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
อ.ดร.เพ็ญพิมพ์ พวงสุวรรณ	มหาวิทยาลัยพะเยา
อ.ดร.มาลัย วงศ์ฤทัยวัฒนา	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
อ.ดร.กรกต ชาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
อ.ดร.ฉัตรณรงค์ศักดิ์ สุธรรมดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
อ.ดร.อาภรณ์รัตน์ เลิศไผ่รอด	วิทยาลัยนครราชสีมา
อ.ดร.สาลินี ชัยวัฒนพร	มหาวิทยาลัยแสตมฟอร์ด
อ.ดร.ณัฐพัชร์ มณีโรจน์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อ.ดร.ผกามาศ ชัยรัตน์	มหาวิทยาลัยพะเยา
Dr.Kajornatthapol Pongwiritthon	IQRA Business School
	University of Geomatika, Malaysia

สารบัญ (Content)

	หน้า
ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์กับ มูลค่าตามราคาตลาดของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย... <i>กัญญาลักษณ์ สุขพันธ์, พรรณทิพย์ อย่างกลั่น</i>	223
ความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ พ.ศ. 2562 กรณีศึกษา ข้าราชการสำนักข่าวกรองแห่งชาติ..... <i>สุรเชษฐ์ พอลม, วิจิตรา ศรีสอน, ชนรรดา สว่างภาพ</i>	235
Grammars of Vietnamese Feminist Poems..... <i>Krittima Janyaphet, Veerakarn Kanokkamalade, Preecha Khanetnog</i>	248
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบ ทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย..... <i>วสุธิดา นักเกษม, ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์, พิทักษ์ ศิริวงศ์</i>	258
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตัวแทน ผู้รับจัดการขนส่งระหว่างประเทศ กรณีศึกษาบริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า ทางทะเล XYZ จำกัด..... <i>นพปฎล สุวรรณทรัพย์, สิริณภา เจริญแก้ว</i>	274
ภาวะผู้ตามกับการทำงานในองค์กร..... <i>ปรเมศวร์ ยศปัญญา, ปิยะกุล จันทร์คุณ, มานพ ญัฐศิริพร, รุ่งนริฎ กระจ้อน จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล</i>	284
บทบาทของผู้นำต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน..... <i>รัชนิกร กลัดแก้ว, อรรธมา บัวบุญ, อัมพวรรณ นาซึก, อาริสรา ศิริพันธ์ นันทพันธ์ คดคง</i>	296
การบริหารความขัดแย้งเพื่อการทำงานเป็นทีม..... <i>ปรีชาต ดาวนุไร, จันทร์จิรา เกตุพัฒ, จิรนนท์ ศรีสุข, ญัฐณิชา จันท์เยี่ยม ลฎาภา เมฆเขียว, จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล</i>	308
พฤติกรรมมนุษย์ในการจัดการขยะ..... <i>ธีราพร เกิดไต้, นริศรา ปัตสุวรรณ, อารีรัตน์ มั่นอินทร์, สรัช ลั่นชุกุล จุฑาธิป ประดิพัทธ์นฤมล</i>	324
วิกฤตโรคระบาดโควิด -19 ผลกระทบเศรษฐกิจท่องเที่ยว..... <i>ณัชพล อินทร์แดง, ธีรภัทร แก้วดี, กิตติคุณ เสืออุดม, เปรมศักดิ์ จันท์ตุ้ม ธনীลา โรจนตระกูล</i>	335

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย
The Causal Relationship of Factors Affecting for Strategic Development to Drive Business Employee Successor in Digital Industry of Thailand

วสุธิดา นักเกษม¹ ธีระวัฒน์ จันทิก² พิทักษ์ สิริวงศ์³

Wasutida Nakkasem, Thirawat Chantuk, Phitak Siriwong

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลและตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย ตัวแปรการวิจัยประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก 20 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) การจัดการคนเก่ง 2) การจัดการนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ 3) ความคิดสร้างสรรค์ 4) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 5) ความผูกพันต่อองค์กร และ 6) กรอบความคิดเติบโต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารและบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล บุคลากรฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรฝ่ายแผนและนโยบาย นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล จำนวน 400 คน (Hair, Black, Babin และ Anderson, 2010) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหพันธ์ของเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา กลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยตรวจสอบจาก ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่า 118.69 ที่องศาอิสระ $df = 74$ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.191$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.603 ค่าดัชนีวัดความ

Received: 2022-03-10 Revised: 2022-05-12 Accepted: 2022-05-21

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Faculty of Management Science, Rajabhat Dhonburi University. Corresponding Author e-mail: wasutida.n@dru.ac.th

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Faculty of Management Science, Silpakorn University. e-mail: thirawat@ms.su.ac.th

³คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร Faculty of Management Science, Silpakorn University. e-mail: phitak@ms.su.ac.th

สอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000

คำสำคัญ (Keywords): ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ; อุตสาหกรรมดิจิทัล

Abstract

This research aims to develop a model and verify the coherence of the causal relationship model of factors affecting for strategic development to drive business employee successor in digital industry of Thailand. The research variables consisting of 6 latent variables 20 sub-variables: 1) Talent Management 2) Innovation Management for Business Succession 3) Creative Thinking 4) Transformational Leadership 5) Organizational Commitment and 6) Growth Mindset. The sample group consisted of executives and personnel in government or private sectors in the digital industry, Human Resources Personnel Planning and Policy personnel, academics, and people involved in the digital industry for 400 people (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010) by doing Multi-Stage sampling. The statistics were frequency, percentage, mean and standard deviation and use inferential statistics, namely Confirmatory Factors Analysis: CFA and Structural Equation Modeling: SEM has been used. Research results show that the causal relationship model of factors affecting for strategic development to drive business employee successor in digital industry of Thailand generated is consistent with the empirical data by checking from $\chi^2 = 118.69$ $df = 74$ $P\text{-value} = 0.191$ Relative Chi-square (χ^2/df) = 1.603 CFI = 1.00 GFI = 0.99 AGFI = 0.98 and RMSEA = 0.000

Keywords: Business Employee Successor; Digital Industry

บทนำ (Introduction)

ในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจต่างๆ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีความได้เปรียบทางการแข่งขันย่อมเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ หรือการขยายธุรกิจด้วยการต่อยอดสินค้าหรือบริการที่ทำอยู่ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มสูงมากขึ้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการพัฒนารูปผลิตภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนาหรือสร้างสรรค์สินค้าไปสู่การพัฒนาและต่อยอดให้กับธุรกิจที่เรียกว่า มูลค่าเพิ่มสินค้าหรือบริการ (คู่มือการพัฒนามูลค่าเพิ่ม, 2560) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ ควรใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบ

ทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น (ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจและคณะ, 2560) ผู้ประกอบการถือเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรในการที่จะประกอบธุรกิจ (Hatten, 2009) โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการจะเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจโดยใช้สมรรถนะของตนเองและเครือข่ายเพื่อสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจให้เจริญเติบโตพร้อมทั้งประยุกต์ใช้กลยุทธ์ให้เหมาะสมกับธุรกิจ (Baum & Locke, 2004, 587-598; Beaver & Jennings, 2005) เพื่อสร้างกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย (บุญชูวรรณ วิงวอน, 2556) ผ่านความเป็นผู้ประกอบการองค์กร ที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานทางอ้อมผ่านการแสวงหาโอกาสและการใช้นวัตกรรม ผลปฏิบัติงานดังกล่าวสามารถวัดได้ในรูปของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นโดยต้องอาศัยประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญชำนาญการและเครือข่าย (Dale, 1996) เนื่องจากทฤษฎีปัญหาหรือองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตนเองโดยที่แต่ละองค์การต่างมีบุคลากรที่มีทฤษฎีปัญหาที่จะสามารถนำไปให้ศักยภาพและนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มได้ (Youndt & Snell, 2004) ผู้ประกอบการไทยควรต้องศึกษาข้อมูลของตนเองและประเทศต่างๆให้รอบด้าน อีกทั้งการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2561)

การวางแผนบริหารคนเก่งที่จะมาสีบยอดตำแหน่งสำคัญในองค์กร ปัจจัยสำคัญที่จะพิจารณาประกอบด้วย การสรรหาและคัดเลือกคนเก่ง การเรียนรู้และพัฒนา การดำรงรักษา และการจ่ายค่าตอบแทนและการให้รางวัล การที่องค์กรมีบุคลากรที่มีความเหมาะสม มีความคิดสร้างสรรค์ โดยมีความคล่องแคล่วในการคิด ความคิดยืดหยุ่นในการคิด และมีความคิดริเริ่มในการคิดหาสิ่งแปลกใหม่และเป็นคำตอบที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่นสามารถนำพาบุคลากรก้าวผ่านได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในอุตสาหกรรม ดิจิทัลแบบในยุคปัจจุบัน สำหรับงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักจะศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการหรือทายาทผู้สืบทอดกิจการ แต่ปัจจุบันนักวิชาการได้ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลยุทธ์ภายในองค์กรเพิ่มมากขึ้น มุ่งเน้นบุคลากรที่เป็นพนักงานในองค์กร ถือเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่เพิ่มขึ้น (Hult, Hurley & Knight, 2004; Micheels, 2010; Engin & Omur, 2012; Suliyanto & Rahab, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กรนั่นคือ ทรัพยากรภายในองค์กรและความสามารถขององค์กรเป็นพื้นฐานหลักในการดำเนินงาน มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Barney, 1991) รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่เพิ่มขึ้น (Hult, Hurley & Knight, 2004; Micheels, 2010; Engin & Omur, 2012; Suliyanto & Rahab, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (The Resource-Based View) เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กรนั่นคือ ทรัพยากรภายในองค์กรและความสามารถขององค์กรเป็นพื้นฐานหลักในการดำเนินงาน โดยมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Barney, 1991) โดยการจัดการนวัตกรรมองค์กร คือสิ่งตั้งต้นสำหรับการ

สร้างสรรค์นวัตกรรม และพัฒนาความสามารถในการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆของบริษัท (Hult, Hurley & Knight, 2004) โดยความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรจะถูกมองว่าเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านผลิต การบริการกระบวนการ และการตลาดเพื่อการแข่งขันขององค์กร (North & Smallbone, 2000) ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การจัดการนวัตกรรมองค์กร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

การสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขันในเชิงธุรกิจ ทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะกลุ่มคนเก่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีส่วนส่งเสริมให้ผลประกอบการขององค์กรดีขึ้น องค์กรหลายแห่งจึงเริ่มสนใจและให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ได้บุคลากรที่มีศักยภาพสูง ประกอบกับการมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งเสมือนเป็นอาวุธที่ใช้ในการแข่งขันและมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์กร เพราะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมสนับสนุนองค์กรให้สามารถนำความรู้ ทักษะความสามารถด้านเทคโนโลยี และประสบการณ์ มาสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งวิธีการและกระบวนการในการสร้าง ผลิต และส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า (Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K., 2005) รวมถึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ ไม่เพียงเฉพาะด้านสินค้าและบริการเท่านั้น แต่สามารถพัฒนาควบคู่ไปกับส่วนอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ ในการจัดการนวัตกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ และสร้างรายได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจขององค์กรได้ในระยะยาวต่อไป ปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจดิจิทัลเป็นจำนวนมากล้วนแต่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเพราะจะช่วยการสร้างงานสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและระดับประเทศ อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ผ่านมามักจะมุ่งเน้นศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมบนพื้นฐานของการตลาดและเทคโนโลยีมากกว่าการศึกษาทั้งระบบขององค์กร (Siguaw, Simpson, & Enz, 2006; Wutthirong, 2015) จึงทำให้เกิดช่องว่างด้านสาเหตุและผลกระทบของการขับเคลื่อนผู้สืบทอดทางธุรกิจ

จากเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้ที่ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาถึงสาเหตุและผลกระทบของกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย ที่อิทธิพลของกรอบความคิดเติบโต ความคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ ผ่านการจัดการคนเก่ง ในการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางนำข้อมูลด้านต่างๆไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่จะดำเนินธุรกิจดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งการมีนวัตกรรมองค์กรที่สามารถเอาชนะความซับซ้อนและความท้าทายจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก คือกลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

- เพื่อศึกษาและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย
- เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วยผู้บริหารและบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชนในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล บุคลากรฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ บุคลากรฝ่ายแผนและนโยบาย นักวิชาการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล จำนวน 400 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างตามเทคนิคการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร โดยใช้หลักเกณฑ์ในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามข้อตกลงเบื้องต้น การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของ Hair, Black, Babin และ Anderson (2010) กำหนดว่าตัวแปรอิสระ 1 ตัวแปร ควรสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 คน การวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 20 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 400 คน โดยทำการศึกษาหน่วยวิเคราะห์ในระดับบุคคล ประกอบด้วยกรอบความคิดเติบโต ความคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์กร การจัดการคนเก่ง และการจัดการนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ วิธีการศึกษาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (SEM) ของการพัฒนา กลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย ระดับบุคคลโดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ ตรวจสอบความตรงของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อให้ได้โมเดลกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย ระดับบุคคล

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของโมเดล

ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง	เกณฑ์	อ้างอิง
Chi-square : χ^2	p> .05	Hair et al (1998:2006), Bollen (1989)
Relative Chisquare : χ^2/df	น้อยกว่า 2.00	Hair et al (1998:2006), Kline (1998)
Goodness of Fit Index : GFI	มากกว่า 0.90	Hair et al (1998:2006), Kline (1998),
Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI	มากกว่า 0.90	Kline (1998)
Normed Fit Index : NFI	มากกว่า 0.90	Hair et al (1998:2006), Mueller (1996)
Comparative Fit Index : CFI	มากกว่า 0.90	Hair et al (1998:2006), Mueller (1996)
Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA	น้อยกว่า 0.05	Steiger, J. H. (1990)
Root Mean Square Residual : RMR	น้อยกว่า 0.05	Diamantopoulos and Siguaw (2000), Kline. (1998)

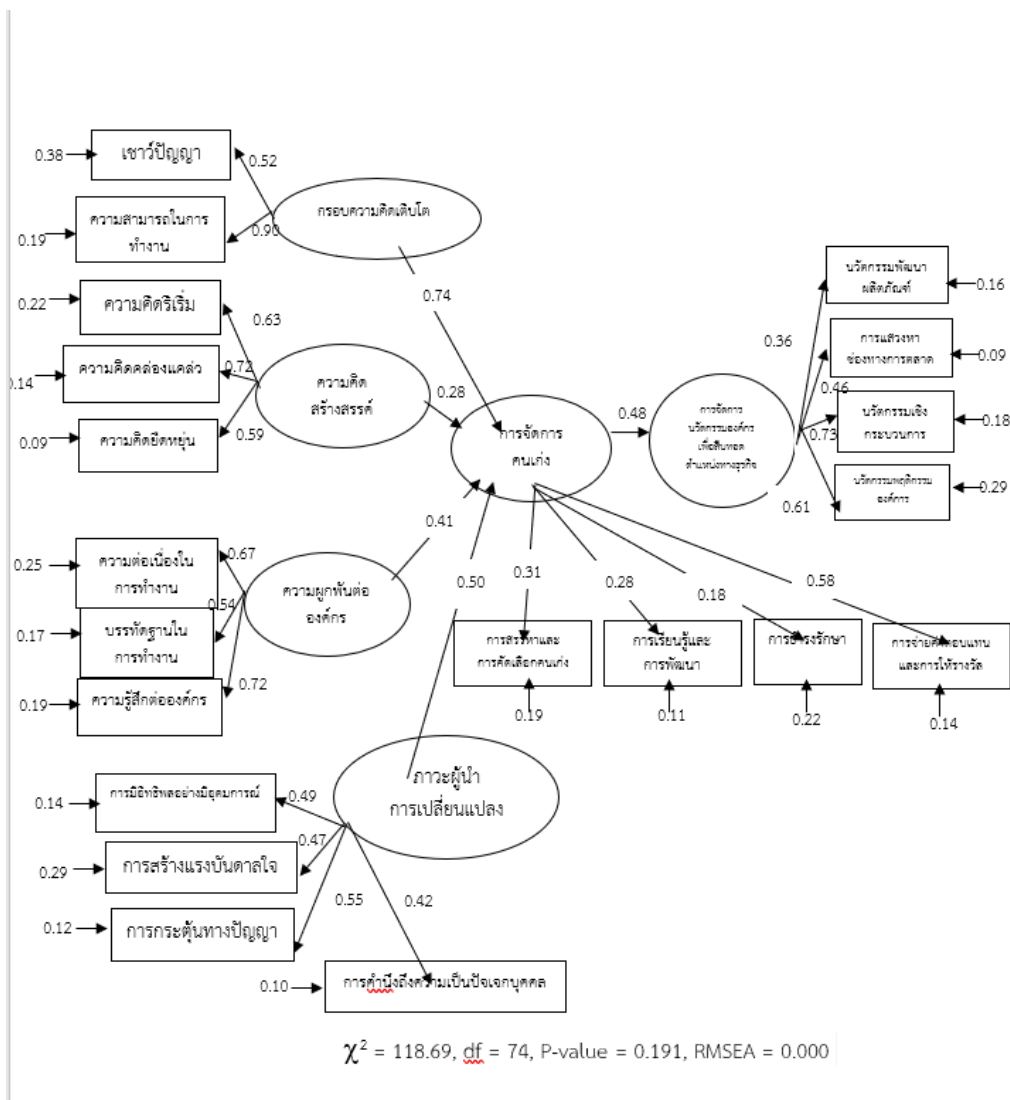
ผลการวิจัย (Research Results)

1. การวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 ทำงานตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 ทำงานในฝ่ายงานบุคคล/ แผน/ การบริหารจัดการทั่วไป จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาท - 30,000 บาท จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 มีประสบการณ์การทำงานในองค์กรนี้ 6 - 10 ปี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัย ส่วนใหญ่รับทราบการรับสมัครงานขององค์กรจากช่องทางนำส่งประวัติทาง E-Mail จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 เมื่อเข้าทำงานในองค์กรจะได้รับ

สอนงานจากการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 เมื่อปฏิบัติงาน จะได้รับการสื่อสารขององค์กรผ่านช่องทางจากระบบ Intranet จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ในการอบรมภายในองค์กร จะได้รับการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญจากผู้บริหารขององค์กร จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ก่อนได้รับการแต่งตั้งเข้าสู่ตำแหน่งงานใหม่ จะได้รับการเตรียมตัว โดยการอบรมจากการฝึกปฏิบัติงานจริง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 เมื่อได้รับการแต่งตั้งเข้าสู่ตำแหน่งงานใหม่ จะได้รับการเตรียมตัวโดยการอบรมจากการ Job Rotation จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ถูกประเมินผลการปฏิบัติงานจากฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทำให้รูปแบบการทำงานและการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปเป็นแบบ New Normal องค์กรมีการรับมือในรูปแบบ Work from Home จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3

3. จากการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการพัฒนา กลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าสถิติ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่า 118.69 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p\text{-value} = 0.191$ ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.603 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 แสดงว่า รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า เกณฑ์และผลการพิจารณาดัชนีแสดงความกลมกลืนแสดงไว้ดังภาพที่ 1 และตารางที่ 2



ภาพที่ 1 ผลการศึกษา : ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย (หลังปรับโมเดล)
ตารางที่ 2 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับแล้ว

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	118.69	-
df	-	74	-
P-value	มากกว่า 0.05	0.191	-
χ^2/df	น้อยกว่า 2.00	1.603	ผ่านเกณฑ์

CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	ค่ามากกว่า 0.50	0.941	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test of Sphericity	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 พบว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน กลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย (หลังปรับโมเดล) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่า 118.69 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value = 0.191 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) = 1.603 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลยุทธ์การขับเคลื่อน ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยนี้ โดยรวมเป็นไปตามสมมติฐานของผู้วิจัย กล่าวคือมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

องค์ประกอบด้านกรอบความคิดเติบโต ความคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์กร โดยมีค่าความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการจัดการนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ ผ่านการจัดการคนเก่ง ทั้งนี้เพราะการขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆหลายประการ ดังที่ มณีนุช ทรงสุรัตน์กุล (2559) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของผู้บริหารระดับกลางในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กรณีศึกษา : บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า (1) องค์ประกอบด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารระดับกลาง มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านผู้สร้างวิสัยทัศน์และทัศนคติในการปฏิบัติงาน ด้านผู้วิเคราะห์และพัฒนาการบริหารจัดการ และด้านผู้พัฒนาแนวทางการปฏิบัติ ส่วนองค์ประกอบขององค์กรแห่งนวัตกรรม มี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านยอมรับความคิดใหม่และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านค่านิยมร่วมและแนวทางการปฏิบัติ ด้านวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรมและทัศนคติในการปฏิบัติงาน ด้านการสื่อสารและถ่ายทอดที่ชัดเจน ด้านการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่เอื้อต่อกระบวนการแห่งการ สร้างสรรค์ และ ด้าน

การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (2) องค์กรประกอบของผู้บริหารระดับกลางมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมอยู่ในระดับสูง (3) ผลการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของผู้บริหารระดับกลางในการพัฒนา องค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกค่า และ (4) แนวทางในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม คือ พัฒนาผู้บริหารเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทั้งในระดับผู้บริหาร และพนักงาน และสร้างความชัดเจนในบทบาทหน้าที่บุคลากรในองค์กร

องค์กรประกอบด้านการจัดการนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ นั้น สอดคล้องกับแนวคิดของภาณุ ลิ้มมานนท์ (2546) กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ต่อโลก ต่อประเทศ องค์กร หรือแม้แต่ตัวเราเอง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นยังสามารถถูกแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) หรือ สินค้าทั่วไป (goods) เช่น รถยนต์รุ่นใหม่, สตรีมเบอร์ไร้มล็ด, High Definition TV (HDTV) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือ การบริการ (services) เช่น package ทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ, Telephone Banking, การใช้ internet, การให้บริการที่ปรึกษาเฉพาะด้าน และอีกด้านที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้น ได้แก่ ด้านความสามารถของผู้ประกอบการทำงานโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและตลาดอย่างต่อเนื่องสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงรวมถึงบริหารจัดการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือมีภาวะผู้นำและสามารถทำงานเป็นทีมรวมถึงมีความมานะอดทนสาหัส พยายามและตั้งใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจะมีการดำเนินงานเชิงรุก กล้าตัดสินใจมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค้นหาเทคนิคใหม่ในการบริหารจัดการมีการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการและตัดสินใจมีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการในการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการคิดค้นและพัฒนาสินค้าใหม่อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของตลาด การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ๆ สอดคล้องกับภัทรานิษฐ์ ทองสามสีและธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยี รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการทำงานและการพัฒนาโครงการเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การคิดค้นนวัตกรรมเพื่อนำมาใช้กับการทำงานเสมอสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชยุต ภาวนันท์กุล, 2563) ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจต้องมีหลักจัดการในการทำงานรวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อใช้ในการทำงานเสมอสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Johnson, 2001; Jantan, 2003) และทฤษฎีการจัดการนวัตกรรมของ (Gibson et al, 1997) ที่กล่าวว่าหากถูกธุรกิจจะสามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้นั้นเจ้าของธุรกิจและทายาทจะต้องมีหลักการจัดการและนำเอาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในการทำงานนอกจากนี้ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจต้องทำให้องค์กรและพนักงานยอมรับเอานวัตกรรมมาปรับใช้ให้ทันต่อโลกธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Dearing & Cox, 2018; Wernerfelt, 1998; ศุภางค์ นันตา, 2555)

องค์ประกอบด้านการจัดการคนเก่ง ส่งผลเชิงบวกผลต่อนวัตกรรมองค์กรเพื่อสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การสรรหาคคนเก่ง (Talent) ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่พร้อมจะรับการพัฒนาเพื่อคัดเลือกเข้าปฏิบัติงานในตำแหน่งงานที่สำคัญต่างๆ ขององค์กร โดยการสรรหาคคนเก่งดังกล่าวจะพิจารณาคุณสมบัติของบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่แล้วในระดับตำแหน่งรองลงมาทั้งในด้านผลงาน ศักยภาพ ความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ ความสนใจ เป้าหมายในอาชีพ อายุ รวมถึงสุขภาพกายและใจ อีกทั้งการทำงานที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ดี เกิดเป็นบรรยากาศที่ดีต่อการทำงาน เอื้อต่อการทำงาน จะเป็นสำคัญที่ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ทำให้บุคคลนั้นๆ มีผลงานที่มีคุณภาพเกิดการพัฒนาดตนเอง รวมถึงการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอีกด้วย สอดคล้องกับ เปรมาจิตร คล้ายเพชร (2548) ที่ชี้ประเด็นเชิงจิตวิทยาของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรให้บุคลากรมีความรู้สึกและเชื่อว่าองค์กรมีความห่วงใย ดูแลเอาใจใส่ให้การช่วยเหลือ สนับสนุนส่งเสริมบุคลากรในด้านต่างๆ จะส่งผลให้บุคลากรมีความผูกพันกับองค์กรและมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้นโดยต้องคำนึงถึงมิติด้านผลตอบแทน ด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตวิทยาสังคม และด้านสภาพการทำงานสำหรับการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน การประเมินผลเป็นระยะๆ เพื่อวิเคราะห์บุคลากรที่จะก้าวเข้ามาในตำแหน่งที่สูงขึ้นเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Gracia, Tavier & Danae, 2021; Bateman & Snell, 2014; Hennessey et al., 1988) ทักษะคิดเชิงบวก ความพร้อมที่จะพัฒนาตัวเองในทุกด้านการจัดการสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ดีในทุกสถานการณ์ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Akhmetshin et al., 2018; นิกร ศรีราช, 2563; วิราภรณ์ บุตรทองดี, 2557; บุญชม ศรีสะอาด, 2555) และอัตราค่าตอบแทนที่เหมาะสมดึงดูดใจและสวัสดิการที่คุ้มค่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Alatawi, 2017; Birasnav, 2016; Tanaka, 2014)

องค์ประกอบของกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยในด้านความคิดสร้างสรรค์และกรอบความคิดเติบโตนั้น ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจจำเป็นต้องมีความคิดในสิ่งที่แปลกใหม่ซึ่งแตกต่างจากความคิดของบุคคลทั่วไป มีความสามารถค้นหาคำตอบได้หลายทิศทาง หลายแง่มุม หรือมองทุกอย่างได้หลายมิติ มีปฏิภาณไหวพริบที่ดี สามารถคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่วรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Srivastava & Bhatnagar, 2008; Porter & Heppelmann, 2014; ดารา ทีปะपालและศิริชญาณ์ กำระเวก, 2561) และต้องสามารถคิดในรายละเอียดที่ปลีกย่อยได้ดี เพื่อขยายความคิดหลักให้ได้ความหมายที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ดารา ทีปะपालและศิริชญาณ์ กำระเวก, 2561) และแนวความคิดการตัดสินใจทางการเงินธุรกิจเพื่อการสร้างมูลค่ากิจการของ (ปรีดา สุขเจริญสิน, 2561) ที่กล่าวว่าผู้สืบทอดทางธุรกิจจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถวิเคราะห์รายละเอียดปลีกย่อยที่ละเอียดอ่อนอันส่งผลทำให้กิจการเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตได้ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี

มีการวางแผนการดำเนินงานทุกครั้ง เมื่อองค์กรกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน เมื่อมีปัญหาต่าง ๆ ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจ สามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

องค์ประกอบของกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยใน ด้านความผูกพันต่อองค์กรนั้นจะองค์กรจะต้องมีความหมายต่อผู้สืบทอด และทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรผูกพันกับองค์กรราวกับว่าเป็นบ้านหลังที่สองเต็มใจทำงานทุ่มเทให้กับองค์กรจนเกษียณสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมจิตร คล้ายเพชร (2548) ที่ชี้ประเด็นเชิงจิตวิทยาของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรให้บุคลากรมีความรู้สึกและเชื่อว่าองค์กรมีความห่วงใย ดูแลเอาใจใส่ ให้การช่วยเหลือ สนับสนุนส่งเสริมบุคลากรในด้านต่างๆ จะส่งผลให้บุคลากรมีความผูกพันกับองค์กรและมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้นโดยต้องคำนึงถึงมิติด้านผลตอบแทน ด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านจิตวิทยาสังคม และด้านสภาพการทำงานสำหรับการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน และสฤตรัตน์ พิมลรัตนกานต์และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2560) ที่ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้บรรยากาศองค์กรผ่านความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ พบว่าการรับรู้บรรยากาศในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับความพึงพอใจในงาน การรับรู้บรรยากาศในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางบวกกับผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ การรับรู้บรรยากาศในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกกับผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ และความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับวิวรรธณี วงศาไชย (2558) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกผ่านความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของพนักงานจ้างเทศบาลนครนครปฐม แสดงให้เห็นว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เพราะบุคลากรมีความใกล้ชิดกับหัวหน้างาน ซึ่งเมื่อบุคลากรเกิดการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้าที่ดี ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อการทำงานศักยภาพ สมรรถนะ การสร้างสรรค์ และประสิทธิภาพในการทำงานโดยในส่วนของรับรู้การสนับสนุนจากทีมงาน จะส่งผลที่สำคัญต่อกระบวนการความร่วมมือในการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับ Steers (1991 : 79) ที่ได้กล่าวว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็น ความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นอย่างสูงการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรหรือการยอมรับในแนวทางการ ปฏิบัติงานเพื่อสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร

องค์ประกอบของกลยุทธ์การขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นองค์ประกอบของการขับเคลื่อนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัลของประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) โดยภาวะผู้นำ

ด้านการเปลี่ยนแปลงจะต้องมีการพัฒนาและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และองค์กรต้องสนับสนุนผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในการคิดค้นและพัฒนาเพื่อนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

แนวทางการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งขององค์กร ภายในองค์กรควรมีการจัดทำแผนการหาผู้สืบทอดตำแหน่ง เพื่อป้องกันปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในตำแหน่งงานที่สำคัญขององค์กรในอนาคต เตรียมความพร้อมด้านอัตรากำลัง และความพร้อมด้านศักยภาพของบุคลากรให้สามารถดำรงตำแหน่งงานที่สำคัญขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์และรองรับการเจริญเติบโตของบริษัทได้อย่างยั่งยืน โดยมีความสอดคล้องกับรูปแบบการวางแผนหาผู้สืบทอดตำแหน่งของ Guru, W. (2020) กล่าวคือ ควรมีการระบุแผนงานสำคัญในการสืบทอดตำแหน่ง มีแผนงานในการประเมินศักยภาพในการทำงานที่ชัดเจน ควรมีการระบุตำแหน่งหน้าที่ที่มีความสำคัญในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามทิศทางในอนาคต ซึ่งนำมาจากแผนกลยุทธ์ขององค์กร สรรหาพนักงานที่มีศักยภาพเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่สายงานที่ได้รับมอบหมาย ส่งเสริมและพัฒนาพนักงานภายในองค์กร เพื่อให้มีทักษะความเป็นผู้นำและมีความพร้อมในการรับตำแหน่งในอนาคต โดยกลยุทธ์การสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล แบ่งออกเป็น 3 ระยะการสืบทอดคือ 1) ระยะก่อนเข้าสู่ธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจแนะนำให้รู้จักกับบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล ผู้สืบทอดธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัลเข้ามาช่วยทำงาน ศึกษา และเรียนรู้ 2) ระยะเข้าสู่ธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล หลังจากผู้สืบทอดสำเร็จการศึกษาขั้นสูงสุดตามความสามารถของผู้สืบทอดธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล เข้ามาทำธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล โดยให้ทำงานเต็มเวลา เมื่อผู้สืบทอดธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล มีความชำนาญในการทำงานด้านอุตสาหกรรมดิจิทัล เราสามารถให้ผู้สืบทอดธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล รับผิดชอบตัดสินใจกำหนดเป้าหมายเพื่อนำมาเป็นตัวชี้วัดได้ และ 3) ระยะสืบทอดธุรกิจ ผู้สืบทอดธุรกิจจะต้องรับผิดชอบงานทั้งหมด และยังช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงาน เมื่อผู้สืบทอดธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัลได้รับการไว้วางใจ ผู้สืบทอดจะมีหน้าที่รับผิดชอบงานแบบเต็มตัวโดยเป็นผู้ตัดสินใจในรับผิดชอบงานทุกอย่างของธุรกิจอุตสาหกรรมดิจิทัล โดยทั้ง 3 ขั้นตอนนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Longenecker and Schoen (1978) ที่ว่า ควรสร้างความคุ้นเคยกับธุรกิจและสร้างประสบการณ์แล้วจึงเข้ามาเพื่อสืบทอดตำแหน่งเข้ามาปฏิบัติงานแบบเต็มตัวและเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ตามความสามารถ การวางแผนการสืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจจะทำให้ผู้ที่ได้รับสืบทอดมีความกระตือรือร้นที่เพื่อที่ได้เป็นที่ยอมรับในองค์กรมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ (หนูคิด ภูน้ำสี, 2558; วิไล พรมดาว, 2562; Eisenberger & Cameron, 1996) โดยการที่องค์กรให้การยอมรับและรับรองสำหรับตำแหน่งงานให้แก่ผู้สืบทอดตำแหน่งทางธุรกิจทำให้รู้สึกมั่นคงและประสบความสำเร็จในการทำงาน

เอกสารอ้างอิง (References)

- ชยุต ภาวนันท์กุล. (2563). รูปแบบอวตารการจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์:นวัตกรรมความคิดใหม่ การจัดการภาครัฐ สร้างความสามารถการแข่งขันยุทธศาสตร์เวชกรรมการแพทย์แผนไทย. *วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย*. 14(2): 71-89.
- ปฏิพัทธ์ เพชรศิริและคณะ. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ ธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ๊ กรุงเทพมหานคร . *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 10(2), 517-530.
- เปรมจิตร์ คล้ายเพชร. (2548). *การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ความยุติธรรมองค์การที่มีผลต่อ ความผูกพันองค์กรและความตั้งใจลาออก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2546). *กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมธุรกิจสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ควอลิตี้ ครีเอชั่น
- ภาพิมล ธารรุ่งเจริญกิจและคณะ. (2560). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal ฉบับ มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*. 10(1), 1152-1167.
- ภัทรานิษฐ์ ทองสามสีและธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ ส่งผลต่อความสำเร็จในโครงการทุนพัฒนาแผนธุรกิจนวัตกรรม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 9(2), 1564-1580.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal ฉบับ มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*. 11(1), 61.
- วีไล พรมดาว. (2562). แรงจูงใจและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู. *วารสาร บริหารการศึกษาระดับบัณฑิต*. 20(4): 49-63
- สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ และวีโรจน์ เกษภูลักษณะ. (2560). อิทธิพลของการรับรู้บรรยากาศ องค์กรผ่านความพึงพอใจและ ความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตาม บทบาทหน้าที่. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(2), 1611-1629
- หนูคิด ภูน้ำสี. (2558). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนประถมศึกษาเครือข่ายกรมหลวง ชุมพรเขตอุดมศักดิ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ เขต 2*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อนุวัต สงสม. (2560). ความสามารถทางนวัตกรรม: การทบทวนวรรณกรรมและแบบจำลองเชิง แนวคิดเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 37(4), 60.

- อรุณรุ่ง เอื้ออารีสุขสกุล และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง: เปลี่ยนความท้าทายสู่ความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 9(1), 845-860.
- Andrew, J. D., (1995). *Leadership*. New Jersey: Houghton Mifflin Company.
- Alvonitis G. J., Kouremenos, A., and Tzokas, N. Assessing the innovativeness of organizations and its antecedents: Project innovation. *European Journal of Marketing*. 28, 1(1994): 5-28.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999a). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 411-427.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. 17 (1), 99.
- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., and Zhao, Y. Learning orientation, firm innovation, and firm performance. *Industrial Marketing Management*. 31, 6(2002): 515-524.
- Dele, E. (1996). *Management: Theory and Practice*. (6th ed.). Tokyo: McGraw-Hill.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T. & Taylor, M.L. (2005). *Strategic Management: Creating competitive advantage* (2nded.). New York: McGraw-Hill.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T., and Eisner, A. B. (2007). *Strategic Management: Creating Competitive Advantages*. New York: The Free Press.
- Eisenberger, R., Rhoades, L., & Cameron, J. (1999). Does pay for Performance increase or decrease Perceived Self – Determination and Intrinsic Motivation?. *Journal of Personality and Social Psychology*. 77, 1026 – 1040.
- Ferraresi, A. A., Santos, S. A., Frega, J. R., & Pereira, H. J. (2012). Knowledge management, market orientation, innovativeness and organizational outcomes: A study of companies operating in Brazil. *Journal of Information Systems and Technology Management*. 9(1), 89-108.
- Gordon, L. A., Loeb, M. P., & Tseng, C. Y. (2009). Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*. 28(4), 301-327.
- Harms, R. (2009). A Multivariate Analysis of the Characteristics of Rapid Growth Firms, Their Leaders, and Their Market. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 22(4), 429-454.

- Hurley, R.F., and Hult, G.T.M. Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing* 62(1998), 42-54.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and practice of structural equation modeling*. NY: Guilford Press
- Knowles, C., Hanson, E., and Shook, S. Assessing innovativeness in the North American softwood sawmilling industry using three methods. *Canadian Journal of Forest Research*. 38,2(2008), 363-375.
- Li, T. & Calantone, R. J. (1998). The impact of market knowledge competence on new product advantage: Conceptualization and empirical examination. *Journal of Marketing*. 62(4), 13-29.
- Marquardt, M.J. (2002). *Building the Learning Organization: A System Approach to Quantum Improvement and Global Success*. New York: McGraw-Hill.
- Mathuramaytha, C. (2014). Intellectual capital concepts for competitive advantages. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*. 34(3), 127-135.
- Porter, Michael, E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance: with a new introduction*. New York: Free Press.
- Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*. New York: Doubleday.
- Steer, R.M., & Porter. L.W. (1983). *Motivation and Work behavior* (3rd ed.). New York: McGraw – Hill.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*. 7(4), 303-313.
- Wutthirong, P. (2015). *Innovation Management: Resource, learning organization and innovation*. Bangkok, Thailand: Chulapress.
- Youndt, M. A. & Snell, S. A. (2004). Human Resource Configurations, Intellectual Capital, and Organizational Performance. *Journal of Managerial Issues*. 16(3), 337-360.
- Zahid, S. M., & Ali, I. (2011). Learning orientation, innovation capability, and organizational Performance: Evidence from banking sector of Pakistan. Department of Management Sciences COMSATS Institute of Information Technology Lahore, Pakistan.

