

ธรรมาภิบาลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*

Good Governance of Thai Small and Medium Sized Enterprises

รัตติกรณ์ จงวิศาล**

Rattigorn Chongvisal

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับธรรมาภิบาลในธุรกิจ SMEs ของไทย และศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 435 คน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาลอยู่ในระดับสูง ภาวะผู้นำและแรงจูงใจภายในส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาล และธรรมาภิบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อธรรมาภิบาล และธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน และทัศนคติต่อธรรมาภิบาลอธิบายความแปรปรวนของธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 68 นอกจากนี้ ภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ร้อยละ 68 เช่นกัน

คำสำคัญ: ธรรมาภิบาล ทัศนคติ ภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

Abstract

The Purpose of this research was to study good governance in Thai SMEs and to study the structural relationship among psychological factors affecting good governance and success in business. The samples were 435 SMEs entrepreneurs. The results showed that SMEs entrepreneurs had high level of good governance. Leadership and intrinsic motivation had positive direct effect on attitude toward good governance and good governance. Attitude toward good governance had positive direct effect on good governance. And good governance had positive direct effect on the success in business. Leadership, intrinsic motivation and attitude toward good governance accounted for 68 percent of good governance. Leadership, intrinsic motivation, attitude toward good governance and good governance accounted for 68 percent of success in business.

Keyword : Good governance, Attitude, Leadership, Intrinsic motivation, success in business

* รายงานการวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการวิจัยทุนอุดหนุนวิจัย มก. ปีงบประมาณ 51 ประเภทโครงการวิจัย 3 สาขา (สังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์) สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คำนำ

สืบเนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินทั่วโลก รวมถึงปัญหาการล้มละลายของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ เช่น บริษัทเอนรอน (Enron Corporation) บริษัทไทโก (Tyco International Ltd.) และบริษัทเวิลด์คอม (WorldCom) ของสหรัฐอเมริกาที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ.2544-2545 ซึ่งมีสาเหตุมาจากปัญหาหลายประการ เช่น ความไม่โปร่งใส การจงใจบิดเบือนข้อมูลข่าวสารขององค์กร ความล้มเหลวทางการบัญชี การทุจริตคอร์ปชั่นในการบริหารงาน ก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบต่อตลาดทุนและเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของธรรมาภิบาลขององค์กร ทำให้หลายหน่วยงาน เช่น ธนาคารโลก กองทุนการเงินระหว่างประเทศและองค์กรสหประชาชาติพยายามผลักดันในเรื่องธรรมาภิบาลให้เป็นหลักการหรือมาตรฐานสากลที่องค์กรและหน่วยงานทั่วไปต้องปฏิบัติ โดยมีข้อเสนอเป็นแนวทางธรรมาภิบาลระดับโลก (Global Governance) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นว่าธรรมาภิบาลจะเป็นกุญแจสำคัญประการหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจทั่วโลก (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2542)

การสร้างหรือส่งเสริมธรรมาภิบาลจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ด้าน นั่นคือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (สมบุญ คิริประชัย, 2550) โดยในทุกองค์ประกอบของธรรมาภิบาลนั้น มีความเชื่อมโยงกันทั้งในระดับประเทศ ระดับภาครัฐ และระดับองค์กร (วิระ ไชยธรรม, 2542) การมีธรรมาภิ

บาลเป็นหัวใจสำคัญสำหรับทุกองค์การไม่ว่าหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน รวมถึงต้องอาศัยการปรับตัวและเตรียมความพร้อมของประชาชนและผู้บริหารในทุกระดับ (ไชยวัฒน์ คำชูและคณะ, 2545) ประเทศไทยเริ่มต้นตัวและให้ความสนใจในเรื่องธรรมาภิบาลภายหลังการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจประมาณช่วงปี พ.ศ. 2540 ที่ผ่านมา และมีแนวคิดว่าหากประเทศไทยมีการนำหลักธรรมาภิบาลไปปรับใช้กับการปฏิบัติงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว จะทำให้ประเทศมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดี ช่วยพัฒนาสังคมทั้งระบบให้มีคุณภาพ เกิดความเป็นธรรมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (บุษบง ชัยเจริญวัฒน์ และบุญมี ลี, 2546) ในส่วนของภาครัฐได้มีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีหรือธรรมาภิบาล พ.ศ. 2542 และประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2542 โดยกำหนดให้ทุกหน่วยงานของรัฐดำเนินการบริหารจัดการโดยยึดหลักการ 6 หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2543) ส่วนในภาคธุรกิจเอกชน ธรรมาภิบาลเป็นแนวทางในการบริหารจัดการที่ดี การมีคุณธรรมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ การปฏิบัติต่อพนักงาน ผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549) รวมถึงการจัดทำ และเปิดเผยข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับผู้ถือหุ้นและระหว่างผู้ถือหุ้นด้วยกันเอง ตลอดจนระบบการควบคุมภายในองค์กรและบทบาทของ

คณะกรรมการองค์การ (ปริดิยาธร เทวกุลและคณะ, 2545)

ในโครงสร้างทางธุรกิจของประเทศไทย วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Sized Enterprises) หรือ SMEs นับว่ามีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนถึงร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดภายในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) และได้รับการยอมรับว่าเป็นกลไกสำคัญในภาคธุรกิจไทยที่จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวได้ ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเอกชนเกิดความเข้มแข็ง สุจริต และเกิด ธรรมเนียมในการบริหารจัดการอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดสังคมที่ดี มีสุข และสถาบันพัฒนาวิชากิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (2549) เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้กำหนดแนวทางของธรรมเนียมสำหรับธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย 3 ประการคือ การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อผู้บริโภค และการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ธรรมเนียมใน SMEs ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกจ้าง คู่ค้า คู่ค้า ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งความสำคัญของการมีธรรมเนียมของ SMEs จะเห็นได้จากตัวอย่างงานวิจัยที่พบว่า คุณลักษณะ ธรรมเนียม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการแข่งขันของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สุภาวดี ขุนทองจันทร์,

2548) และธุรกิจ SMEs ที่มีธรรมเนียมในการประกอบธุรกิจ จะทำให้องค์การมีการปฏิบัติที่ดีต่อพนักงาน คู่ค้า คู่ค้า ฯลฯ ตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม (ชเนตร นรภูมิพิภรณ์, 2550) ส่งผลให้ลูกค้ายึดความเชื่อมั่นทั้งในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและองค์การ มีการเลือกใช้สินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง และทำให้องค์การ ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

นอกจากนั้นยังมีปัจจัยที่สำคัญหลายประการที่มีการศึกษาพบว่า ส่งผลกระทบต่อธรรมเนียม และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะปัจจัยทางจิตวิทยาปัจจัยหนึ่งคือ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์การ ซึ่งภาวะผู้นำเป็นพฤติกรรมหรือกระบวนการที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารมีอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ในการจูงใจหรือสนับสนุน ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานหรือดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2549ข) และในการมีธรรมเนียมในองค์การนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์การควรมีภาวะผู้นำ มีความสามารถในการจัดการ มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม และมีความระมัดระวังผลประโยชน์สูงสุดของกิจการด้วยความโปร่งใส มีความรับผิดชอบตามที่ (สังเวียน อินทรวิชัย, 2548) ดังนั้นภาวะผู้นำของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการมีธรรมเนียมขององค์การนั้นๆ

นอกเหนือจากภาวะผู้นำแล้ว ปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง คือ แรงจูงใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพยากรณ์พฤติกรรมของบุคคล และทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ที่สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมบางอย่างที่บุคคลกระทำกิจกรรมหรืองานต่างๆ โดยที่บุคคลไม่ได้รับรางวัลหรือแรงเสริมใดจากภายนอก แต่ได้รับการจูงใจจากคุณลักษณะของตัวงานหรือกิจกรรมนั้นเป็นตัวผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีพลัง มีคุณค่า มีทิศทางและเต็มใจไม่ว่าจะต้องเผชิญกับอุปสรรคใดๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ซึ่งจากตัวอย่างงานวิจัยพบว่า แรงจูงใจภายในส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ (กมลกานต์ เทพรานนท์, 2548) ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้จัดการ (สุธรรม อัสวศักดิ์สกุล, 2549) และส่งผลทางบวกในการทำงาน (Bolman, 2001) ดังนั้นแรงจูงใจภายในน่าจะเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญที่จะส่งผลให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญหรือมีทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาลและมีการปฏิบัติตามหลักการของธรรมาภิบาล

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือทัศนคติที่หมายถึง ความรู้คิด หรือความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ความรู้สึก (Affective Component) และแนวโน้มพฤติกรรมของบุคคล (Behavioral Component) ที่มีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการกระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่างๆ และทัศนคดียังสามารถร่วมกับตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการทำนายหรืออธิบายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ เช่น พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการยอมรับนวัตกรรมด้านต่างๆ และมีตัวอย่างงานวิจัยพบว่า ความรู้ ความเข้าใจของบุคลากรภายใน

องค์กรต่อแนวคิดธรรมาภิบาล มีความสัมพันธ์กับการนำแนวคิดไปใช้ในแต่ละขั้นตอนของการปฏิบัติงาน (ชลลดา เทพอำนวยสกุล, 2544) และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาลและการตระหนักถึงความสำคัญของหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล (กัญญา ไชยวงศ์, 2547) ดังนั้น ความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติต่อธรรมาภิบาลจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่คาดว่าจะส่งผลต่อการมีธรรมาภิบาลในองค์กร

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน ทัศนคติต่อธรรมาภิบาล ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ SMEs เพื่อจะนำองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ และเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ SMEs และภาคธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับธรรมาภิบาลในธุรกิจ SMEs และเพื่อศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน ทัศนคติต่อธรรมาภิบาล ที่ส่งผลต่อธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ SMEs

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเภทกิจการ 3 ประเภทคือ กิจการผลิตสินค้า กิจการค้าส่งค้าปลีก และกิจการบริการ จำนวน 2,287,057 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มประเภทกิจการ 3 ประเภท คือ กิจการผลิตสินค้า กิจการค้าส่งค้าปลีก และกิจการบริการ จำนวน 435 คน โดยนำรายชื่อผู้ประกอบการ SMEs มาทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม และแบบวัด ประกอบไปด้วย

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ และแบบเติมคำลงในช่องว่าง จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ ที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทของกิจการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารความรู้เรื่องธรรมาภิบาลจากสื่อต่าง ๆ

2. แบบวัดภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ SMEs ใช้แบบวัดของรัตติกรณ์ จงวิศาล (2549ก) มีจำนวน 30 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 อันดับ วัดภาวะผู้นำ 6 องค์ประกอบ คือ การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ

ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคมและการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ

3. แบบวัดแรงจูงใจภายใน ใช้แบบวัดของกมลกานต์ เทพรานนท์ (2548) ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดแรงจูงใจภายในที่ได้จากการศึกษาวิจัยของอรพินทร์ และคณะ (2542) มีจำนวน 15 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 อันดับ วัดแรงจูงใจภายใน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความต้องการสิ่งท้าทาย ความสนใจ-เพลิดเพลิน ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการมีความสามารถและความมุ่งมั่น

4. แบบวัดทัศนคติต่อธรรมาภิบาล ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีจำนวน 35 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 อันดับ วัดทัศนคติต่อธรรมาภิบาล 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อพนักงาน ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภคและทัศนคติ ที่มีต่อการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

5. แบบวัดธรรมาภิบาล ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีจำนวน 30 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 อันดับ วัดธรรมาภิบาล 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อผู้บริโภคและการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

6. แบบวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากแบบวัดความสำเร็จในการประกอบการตามแนวคิดของไฟรและคณะ (Fry *et al.*, 1998 อ้างถึงใน สติชัย นิยมญาติ และคณะ, 2546) มีจำนวน 13 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 อันดับ วัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ 4 องค์ประกอบ คือ สภาพความเป็นไปทางการเงิน การ

สนองตอบความต้องการของลูกค้า การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์แล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งคืนทางไปรษณีย์ และผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการด้วยตนเอง ได้แบบสอบถามกลับคืน จำนวน 435 ชุด นำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนบุคคลนำมาแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละและหาค่าเฉลี่ย และข้อมูลตัวแปรที่ได้จากแบบวัดมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวน ค่าสหสัมพันธ์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยใช้โปรแกรม LISREL

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 และเพศหญิง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 มีอายุ 30 – 44 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 อายุ 45 – 59 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 อายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 สูงกว่าปริญญา

ตรี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

กลุ่มตัวอย่างมีตำแหน่งปัจจุบันเป็นเจ้าของกิจการและผู้บริหารกิจการ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 เจ้าของกิจการ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 ผู้บริหารกิจการ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ 11 ปี ขึ้นไป จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ระยะเวลา 5 – 10 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 และระยะเวลาต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีที่ตั้งสถานประกอบการอยู่ในภาคตะวันตก จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ภาคตะวันออก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ภาคกลาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ภาคเหนือ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 กรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และภาคใต้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

กลุ่มตัวอย่างมีกิจการประเภทกิจการผลิตสินค้า จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 กิจการบริการ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 กิจการค้าปลีก จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 กิจการค้าส่ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 กิจการทั้งผลิตสินค้าค้าปลีก ค้าส่งและบริการ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 กิจการผลิตสินค้าและค้าปลีก/ค้าส่ง/บริการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และกิจการค้าปลีกและค้าส่ง/บริการ จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.7 มีกิจการขนาดย่อมและขนาดกลาง จำนวน 299 และ 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 และ 31.3

กลุ่มตัวอย่างมีช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้เรื่องธรรมาภิบาลทางหนังสือพิมพ์/วารสาร/ นิตยสารจำนวน 263 คนคิดเป็นร้อยละ 27.7 โทรทัศน์/ วิทยุจำนวน 218 คนคิดเป็นร้อยละ 23.0 การ ประชุมสัมมนา จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

อินเทอร์เน็ต จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้ร่วมงาน/เพื่อน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 จุลสาร/แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และช่องทางอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

1.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ภาวะผู้นำ	4.07	0.43
แรงจูงใจภายใน	4.04	0.48
ทัศนคติต่อธรรมาภิบาล	4.15	0.52
ธรรมาภิบาล	4.02	0.49
ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ	3.61	0.54

จากตาราง 1 ค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่างๆ มี รายละเอียดดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างมีภาวะผู้นำอยู่ใน ระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) มีแรงจูงใจภายในอยู่ใน ระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) มีทัศนคติต่อธรรมาภิบาล อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15) มีธรรมาภิบาลอยู่ใน ระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) และมีความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61)

สำหรับค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตต่าง ๆ มี รายละเอียดดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมี องค์กรประกอบของภาวะผู้นำส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.89-4.37) ส่วนแรงจูงใจภายในนั้น ส่วนใหญ่องค์กรประกอบมีค่าเฉลี่ยในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย ระหว่าง 4.09-4.27) ยกเว้นด้านความต้องการสิ่งทำหาย

อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56) ตัวแปร ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลมีองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับสูง (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.09-4.22) ส่วนตัวแปรธรร มาภิบาลมีองค์ประกอบส่วนใหญ่อยู่ในระดับสูง เช่นกัน (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.83-4.18) กล่าวคือ องค์กรประกอบด้านการปฏิบัติต่อพนักงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) องค์กรประกอบด้าน การปฏิบัติต่อผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) และองค์กรประกอบด้านการปฏิบัติ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) และตัวแปรความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจมีองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลางถึงสูงโดยตัวแปรสังเกตที่เป็นองค์ประกอบ ที่อยู่ในระดับมากคือ การตอบสนองความต้องการของ

ลูกค้า และการได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และ 3.73 ตามลำดับ) ส่วนด้านสภาพความเป็นไปได้ทางการเงินและส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และ 3.61 ตามลำดับ)

นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรสังเกตทุกตัวที่ศึกษามีค่าสหสัมพันธ์ทางบวก (ค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .063 ถึง .783) เกือบทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตระหว่างทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภค และ

ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กับสภาพความเป็นไปได้ทางการเงินที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตด้านการมีศีลธรรมในการประกอบการกับความต้องการสิ่งที่ทำหาย การมีศีลธรรมในการประกอบการกับสภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน ความต้องการสิ่งที่ทำหาย กับทัศนคติต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภค ความต้องการสิ่งที่ทำหายกับการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อพนักงานกับสภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรสังเกต	ค่าเฉลี่ย	SD	LD1	LD2	LD3	LD4	LD5	LD6	MOT1	MOT2	MOT3	MOT4	MOT5	ATT1	ATT2	ATT3	GO1	GO2	GO3	SUC1	SUC2	SUC3	
LD1	4.10	.557	1																				
LD2	4.02	.527	.563**	1																			
LD3	4.37	.519	.513**	.529**	1																		
LD4	3.99	.601	.478**	.385**	.425**	1																	
LD5	3.89	.616	.594**	.598**	.547**	.542**	1																
LD6	3.97	.577	.501**	.471**	.435**	.425**	.435**	1															
MOT1	3.56	.736	.239**	.182**	.063	.293**	.153**	.328**	1														
MOT2	4.09	.604	.459**	.394**	.347**	.418**	.422**	.328**	.387**	1													
MOT3	4.09	.582	.411**	.326**	.297**	.413**	.319**	.342**	.409**	.665**	1												
MOT4	4.21	.559	.415**	.303**	.289**	.357**	.297**	.407**	.392**	.540**	.706**	1											
MOT5	4.27	.571	.385**	.312**	.396**	.391**	.348**	.324**	.217**	.594**	.536**	.612**	1										
ATT1	4.09	.528	.410**	.280**	.394**	.246**	.318**	.375**	.157**	.343**	.403**	.440**	.438**	1									
ATT2	4.22	.596	.357**	.244**	.381**	.238**	.270**	.314**	.092	.297**	.293**	.311**	.388**	.752**	1								
ATT3	4.14	.579	.375**	.254**	.338**	.263**	.343**	.285**	.127**	.296**	.316**	.345**	.419**	.720**	.783**	1							
GO1	3.83	.548	.481**	.345**	.409**	.396**	.442**	.417**	.271**	.397**	.337**	.369**	.346**	.431**	.376**	.373**	1						
GO2	4.18	.533	.535**	.415**	.538**	.432**	.516**	.429**	.142**	.447**	.394**	.459**	.503**	.532**	.544**	.502**	.650**	1					
GO3	4.06	.620	.488**	.358**	.491**	.422**	.573**	.357**	.090	.409**	.363**	.404**	.472**	.482**	.429**	.472**	.615**	.738**	1				
SUC1	3.38	.720	.172**	.146**	.066	.213**	.190**	.143**	.187**	.318**	.218**	.221**	.200**	.073	.095*	.114*	.335**	.231**	.291**	1			
SUC2	3.78	.588	.394**	.344**	.356**	.399**	.379**	.284**	.209**	.513**	.392**	.365**	.413**	.301**	.335**	.277**	.548**	.555**	.529**	.615**	1		
SUC3	3.61	.760	.339**	.252**	.175**	.334**	.276**	.276**	.354**	.382**	.336**	.321**	.247**	.192**	.157**	.152**	.491**	.393**	.384**	.489**	.570**	1	
SUC4	3.73	.651	.365**	.342**	.315**	.380**	.400**	.332**	.186**	.443**	.368**	.314**	.315**	.238**	.213**	.206**	.463**	.515**	.509**	.389**	.546**	.439**	1

MOT4=ความต้องการมีความสามารถ, MOT5=ความมุ่งมั่น, ATT1=ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อพนักงาน, ATT2=ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภค, ATT3=ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม, GO1=การปฏิบัติต่อพนักงาน, GO2=การปฏิบัติต่อผู้บริโภค, GO3=การปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม, SUC1=สภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน, SUC2=การตอบสนองความต้องการของลูกค้า, SUC3=ส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์, SUC4=การได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2.1 การทดสอบความกลมกลืนของโมเดล

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความกลมกลืนตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งโมเดลแรกนี้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นสาเหตุของธรรมาภิบาล และการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรเชิงสาเหตุภายนอกได้แก่ ภาวะผู้นำ โดยมีตัวแปรสังเกตคือการส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ได้บังคับบัญชา การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ และตัวแปรแฝงแรงจูงใจภายใน มีตัวแปรสังเกตคือ ความต้องการสิ่งท้าทาย ความสนใจ-เพติดเพลิน ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการมีความสามารถ และความมุ่งมั่น สำหรับตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรภายในโมเดลได้แก่ ตัวแปรแฝงทัศนคติต่อธรรมาภิบาล มีตัวแปรสังเกตคือ ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติ

ของพนักงาน ทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อผู้บริโภค และทัศนคติที่มีต่อการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ตัวแปรแฝงธรรมาภิบาลมีตัวแปรสังเกตได้แก่ การปฏิบัติต่อพนักงาน การปฏิบัติต่อผู้บริโภค และการปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่วนตัวแปรผลสุดท้ายคือตัวแปรแฝงความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ มีตัวแปรสังเกตคือ สภาพความเป็นไปได้ทางการเงิน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และการได้รับความเชื่อมั่นผูกพันจากพนักงาน

โดยที่โมเดลกรอบแนวคิดที่เป็นโมเดลเริ่มแรกนี้ตัวแปรภาวะผู้นำจะส่งผลทางตรงต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาล ธรรมาภิบาลและตัวแปรแรงจูงใจภายในมีผลทางตรงต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล ตัวแปรทัศนคติต่อธรรมาภิบาลส่งผลทางตรงต่อธรรมาภิบาล และธรรมาภิบาลจะส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จ ในการประกอบธุรกิจ

ตาราง 3 ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของ โมเดลในการศึกษาครั้งนี้

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้	
		โมเดลตามกรอบแนวคิดการวิจัย	โมเดลที่ปรับแล้ว
Chi-Square/df		Chi-Square=651.28 df=182	Chi-Square=510.93 df=175
p value of chi-square	> .05	.00	.00
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ .90	.87	.90
Normed Fit Index (NFI)	≥ .90	.88	.90
Non-Normed Fit Index (NNFI)	≥ .90	.89	.92
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	≤ .08	.08	.07
Comparative Fit Index (CFI)	≥ .90	.91	.93

จากตาราง 3 ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนของโมเดลตามกรอบแนวคิดจากการวิจัย ไม่พบว่าโมเดลแรกมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี โดยมีค่าไคสแควร์เท่ากับ 651.28 ที่องศาอิสระเท่ากับ 182 ($p=.00$) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .87 ค่า Normed Fit Index (NFI) เท่ากับ .88 ค่า Non-Normed Fit Index (NNFI) เท่ากับ .89 ค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ .081 และค่า Comparative Fit Index (CFI) เท่ากับ .91 จึงได้ทำการปรับแก้โมเดลขึ้นมาใหม่โดยอาศัยความรู้ทางทฤษฎีประกอบ และคำแนะนำของโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดลโดยเพิ่มเส้นอิทธิพลจากตัวแปรแฝงของแรงจูงใจภายในที่ส่งผลไปยังตัวแปรความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ พบว่าจากผลการทดสอบความกลมกลืนของโมเดลที่ปรับแก้

แล้วกับข้อมูล เชิงประจักษ์มีความกลมกลืนกันในระดับดี จากตาราง 3 ในโมเดลที่ปรับแก้แล้วค่าไคสแควร์มีขนาดน้อยลง ไคสแควร์ เท่ากับ 510.93 ที่องศาอิสระเท่ากับ 175 ($p=.00$) ถึงแม้ว่าค่าไคสแควร์จะมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เนื่องจากค่าไคสแควร์นี้มีความอ่อนไหวต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มากซึ่งอาจทำให้ค่ามีนัยสำคัญทางสถิติได้แม้ว่าโมเดลจะมีความกลมกลืนกับข้อมูล จึงต้องพิจารณาค่าดัชนีวัดความกลมกลืนอื่นๆ อีก ทั้งนี้พบว่าค่าดัชนีวัดความกลมกลืนอื่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้อง โดยที่ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ .90 ค่า Normed Fit Index (NFI) เท่ากับ .90 ค่า Non-Normed Fit Index (NNFI) เท่ากับ .92 ค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ .07 และค่า Comparative Fit Index (CFI) เท่ากับ .93

2.2 ขนาดอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ตาราง 4 ขนาดอิทธิพลโดยรวม (TE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลทางตรง (DE) ของตัวแปรแฝงที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของธรรมาภิบาล และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs

ตัวแปรผล	ทัศนคติต่อ			ธรรมาภิบาล			ความสำเร็จในการ		
	ธรรมาภิบาล			ประกอบธุรกิจ					
ตัวแปรสาเหตุ	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ภาวะผู้นำ	.35	-	.35	.60	.12	.48	.39	.39	-
แรงจูงใจภายใน	.29	-	.29	.25	.10	.15	.41	.16	.25
ทัศนคติต่อธรรมาภิบาล	-	-	-	.35	-	.35	.22	.22	-
ธรรมาภิบาล	-	-	-	-	-	-	.65	-	.65
	R ²								
				.34			.68		
							.68		

หมายเหตุ ขนาดอิทธิพลทุกค่ามีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุภายนอกที่ส่งผลโดยมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงภายในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ภาวะผู้นำส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .35 และ .48 ตามลำดับ แรงจูงใจภายในส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาล และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .29, .15 และ .25 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุภายในที่ส่งผลโดยมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงเชิงผลภายใน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .35 ธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .65

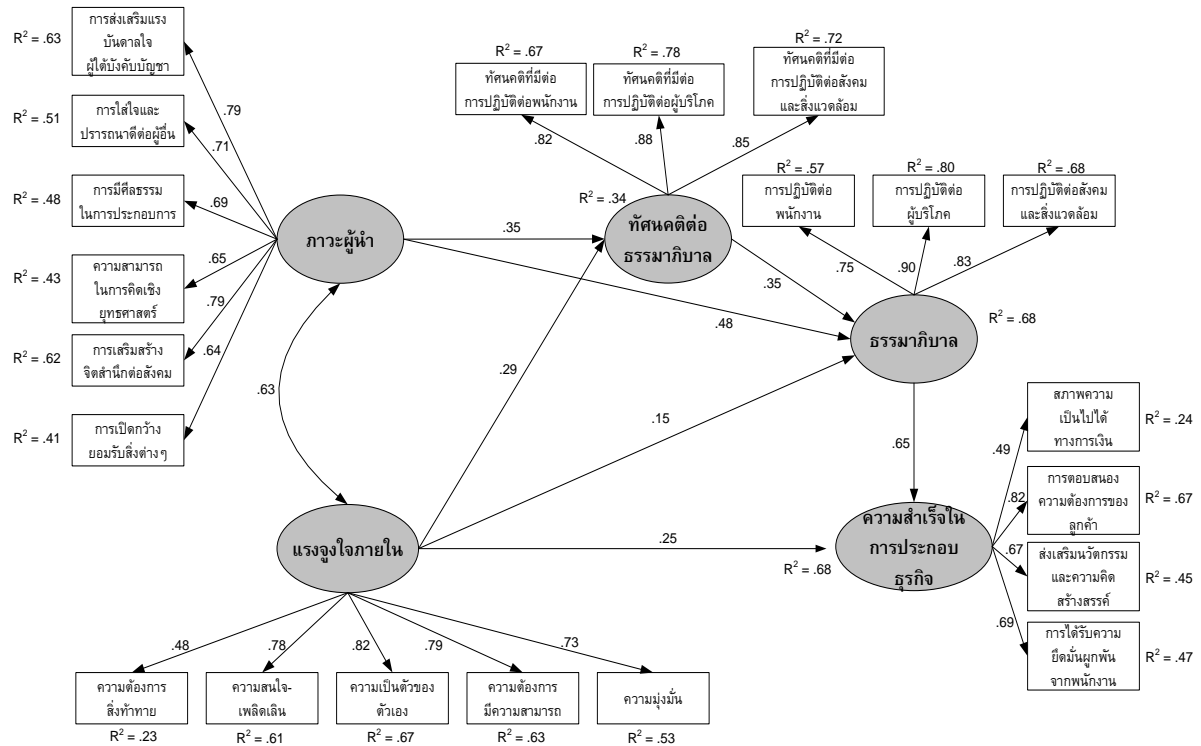
ตัวแปรเชิงสาเหตุภายนอกที่ส่งผลโดยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรผลภายในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 คือ ภาวะผู้นำส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อธรรมาภิบาล โดยส่งผ่านทัศนคติต่อธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .12 และส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยส่งผ่านทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .39

ส่วนแรงจูงใจภายในส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อธรรมาภิบาล โดยส่งผ่านทัศนคติต่อธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .10 และส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยส่งผ่านทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .16

นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุภายในที่ส่งผลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงเชิงผลภายในคือ ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยส่งผ่านธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .22

เมื่อพิจารณาความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงเชิงผลภายใน โมเดลพบว่า ภาวะผู้นำและแรงจูงใจภายในสามารถอธิบายทัศนคติต่อธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 34 ส่วนภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และทัศนคติต่อธรรมาภิบาลสามารถอธิบายความแปรปรวนของธรรมาภิบาลได้ร้อยละ 68 นอกจากนี้ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาลสามารถอธิบายความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ร้อยละ 68

ผลของเส้นทางอิทธิพลที่สามารถอธิบายถึงธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ในโมเดลที่ปรับแก้แล้ว สามารถแสดงอิทธิพลของตัวแปร ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 โมเดลแสดงอิทธิพลของตัวแปรที่สามารถอธิบายธรรมาภิบาล และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอตามวัตถุประสงค์เฉพาะของการศึกษา ไว้ดังนี้

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า ธรรมาภิบาลในธุรกิจ SMEs ของไทยในภาพรวมมีอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) และแยกรายด้านพบว่า การปฏิบัติต่อพนักงานอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) การปฏิบัติต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) การปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุเฉลี่ย 30-44 ปี (ร้อยละ 49) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48.5) อาจทำให้ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้เห็นถึงความ

สำคัญของแต่ละด้านของธรรมาภิบาลในองค์กรและได้ปฏิบัติตามแนวทางธรรมาภิบาล ซึ่งในปัจจุบันมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้ส่งเสริมธรรมาภิบาลของ SMEs โดยการจัดอบรมประชุม สัมมนา เผยแพร่ข้อมูลเรื่องธรรมาภิบาลผ่านสื่อทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงการแจกเอกสารเผยแพร่และมอบรางวัลให้แก่องค์กรที่มีการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล ตัวอย่างเช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำโครงการ “ธรรมาภิบาลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” รวมถึงการจัดทำ DVD “ตัวอย่าง SMEs ไทยหัวใจธรรมาภิบาล” เพื่อเผยแพร่ใช้เป็นกรณีศึกษา และใช้เป็นตัวอย่างในการสร้างธรรมาภิบาลในองค์กร (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม, 2549) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสถาบันป๊วย อี้งภากรณ์ร่วมกัน มอบรางวัล “ธรรมาภิบาลดีเด่น” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 จนถึงปัจจุบัน โดยมีธนาคารพาณิชย์ไทย และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานคัดเลือกธุรกิจขนาดย่อมส่งเข้าประกวด (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมาภิบาลและมีการปฏิบัติตามแนวทางธรรมาภิบาลอยู่ในระดับสูง

2. ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .35 และ .48 ตามลำดับ และส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยส่งผลผ่านทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .16 แสดงว่า ผู้ประกอบการที่มีภาวะผู้นำสูงจะมีทัศนคติต่อธรรมาภิบาลสูง มีธรรมาภิบาลสูงและมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาวะผู้นำ เป็นพฤติกรรมหรือกระบวนการที่ผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผู้ได้บังคับบัญชา มีการจูงใจสนับสนุนให้มีการปฏิบัติงานหรือดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะภาวะผู้นำ 6 องค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ได้บังคับบัญชา การใส่ใจปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ

ซึ่งภาวะผู้นำเหล่านี้เป็นพฤติกรรมหรือกระบวนการที่ดี และมีความสอดคล้องกับแนวคิดทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาล และการมีธรรมาภิบาลที่ดี ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่องค์การปฏิบัติต่อพนักงาน ผู้บริโภคและปฏิบัติต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการมีคุณธรรมจริยธรรมขององค์การทางธุรกิจด้วย และผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าภาวะผู้นำสามารถมีอิทธิพลต่อองค์การและความร่วมมือในการทำงานหรือกิจการต่างๆ ขององค์การ (Yukl, 2006) และสอดคล้องกับงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากจะส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญที่เป็นเป้าหมายขององค์การในด้านต่างๆ เช่น ภาวะผู้นำส่งผลต่อการบริหารจัดการที่ดีหรือธรรมาภิบาล (การดี อนันต์นาวิ, 2548) ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2551ก; หทัยกาญจน์ จันทะเสน, 2549) ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การ (ชาญ รัตนะพิสิฐ, 2551) และภาวะผู้นำส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารหรือหัวหน้างาน (สมชาย หัตถ์สุวรรณ, 2547)

3. แรงจูงใจภายในส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อทัศนคติต่อธรรมาภิบาล ธรรมาภิบาลและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .29, .15 และ .25 ตามลำดับ แสดงว่า ถ้าผู้ประกอบการ SMEs มีแรงจูงใจภายในสูงจะส่งผลโดยตรงให้มีทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาลสูง และมีธรรมาภิบาลสูง รวมถึงมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงไปด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแรงจูงใจภายในเป็น แรงกระตุ้น

หรือแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวบุคคลแต่ละคนผ่านกระบวนการเรียนรู้ ทำให้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา โดยมีเป้าหมายเพื่อบรรลุผลสำเร็จในสิ่งที่ตนเองปรารถนา และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยไม่ต้องอาศัยรางวัลภายนอกเป็นข้อบังคับ และแรงจูงใจภายในเป็นความต้องการของบุคคล เพื่อต้องการมีความสามารถ (Competence) ต้องการกำหนดหรือลิขิตด้วยตัวเอง (Self-Determination) และต้องการความท้าทาย (ออร์พินท์ ชูชม และคณะ, 2542) และแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่สำคัญทางจิตวิทยาที่พบว่าเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรม เป็นตัวขับเคลื่อนความรู้สึกลงทางบวกที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและเป็นตัวจูงใจให้บุคคลมีแรงจูงใจที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อความสนุกหรือความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับงานมากกว่าที่จะมาจากรางวัลภายนอก แรงกดดันหรือการขอร้อง และแรงกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมนั้นจะมาจากรางวัลทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับความสนุก ความเพลิดเพลินในการทำ และเกี่ยวข้องกับการกระตุ้นจากภายในมากกว่าภายนอก (Kinicki and Kreitner, 2008) และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลต่างๆ รวมถึงผู้นำ ผู้บริหารประสบความสำเร็จมีผลงานดีเด่น และอุทิศตัวทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อผู้อื่น เพื่อองค์กรและเพื่อสังคม (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2551ข) นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่มีการศึกษาพบว่าแรงจูงใจภายในมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (กมลกานต์ เทพธรานนท์, 2548) และ

แรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน (สุธรรม อัสวศักดิ์สกุล, 2549)

4. ทักษะคิดต่อธรรมาภิบาลส่งผลโดยมีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อธรรมาภิบาล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .35 แสดงว่าทักษะคิดต่อธรรมาภิบาลของผู้ประกอบการ SMEs ส่งผลโดยตรงต่อธรรมาภิบาล โดยผู้ประกอบการที่มีทักษะคิดที่ดีต่อธรรมาภิบาลสูงก็จะส่งผลให้มีธรรมาภิบาลในองค์กรสูงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวว่าทักษะคิดเป็นความรู้คิด หรือความรู้เชิงประเมินค่า เป็นความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคล (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546) รวมถึงการเป็นสภาพความพร้อมที่จะตอบสนองต่อเหตุการณ์ หากได้รับสิ่งเร้าที่เหมาะสม ความพร้อมนี้จะเกิดจากการประเมินค่าสิ่งเร้าที่รับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์นั้นๆ และการที่บุคคลจะมีทัศนคติอย่างไรต่อสิ่งนั้นขึ้นอยู่กับผลการประเมินความรู้ ความคิดหรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2547) ซึ่งหากบุคคลมีทัศนคติที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติหรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางที่สนับสนุน ดังนั้นหากผู้ประกอบการที่มีทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาลสูงก็จะส่งผลให้มีธรรมาภิบาลสูงด้วย คือ มีการดำเนินการปฏิบัติต่อพนักงาน ผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อมตามหลักธรรมาภิบาล รวมทั้งการมีคุณธรรม จริยธรรมทางธุรกิจและผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจต่อแนวคิดหรือหลักธรรมาภิบาล ซึ่งพบว่ามีความ

สัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล (กัญญาไชยวงศ์, 2547; ชลลดา เทพอำนวยกุล, 2544)

5. ธรรมาภิบาลส่งผลโดยตรงโดยมีอิทธิพลทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานเท่ากับ .65 แสดงว่า ธรรมาภิบาลส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ โดยองค์กรที่มีธรรมาภิบาลสูง ก็จะส่งผลให้มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขององค์กรสูงไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าหากองค์กรทางธุรกิจมีธรรมาภิบาลก็จะทำให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549) แต่หากองค์กรขาดธรรมาภิบาลในการบริหารงาน จะก่อให้เกิดปัญหาการคอร์รัปชันและการขาดประสิทธิภาพในการบริหาร (ยงยุทธ อินทชาติ, 2548) และสอดคล้องกับข้อมูลจากองค์กรสหประชาชาติและบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของโลกที่พบว่าการมีธรรมาภิบาลมีผลต่อธุรกิจหลายประการ คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและชื่อเสียงให้กับองค์กร เพิ่มกำไร ง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสถาบันทางการเงิน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและจุดยืนในตลาด มีประโยชน์ต่อการคัดเลือกและสร้างแรงจูงใจในการทำงานและรักษาพนักงานที่ดีให้อยู่กับองค์กร ประหยัดและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดความเสี่ยงในด้านต่างๆ สร้างให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์นวัตกรรม และเกิดการยอมรับของสังคมต่อการดำเนินงานขององค์กร (ปราณี เกียรติสุระยานนท์, 2550) นอกจากนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า

บรรษัทภิบาลหรือธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2549)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า ภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน และทัศนคติต่อธรรมาภิบาลของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลทางบวกต่อธรรมาภิบาลของ SMEs โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของธรรมาภิบาลได้ถึงร้อยละ 68 ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมและช่วยพัฒนาภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในและทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาลให้กับผู้ประกอบการ SMEs เช่น ใช้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยใช้วิธีการฝึกอบรมหลายๆ วิธี เช่น การใช้แบบทดสอบประเมินตนเอง การตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย การหาตัวแบบ (Model) การพิจารณาไตร่ตรอง การแสดงบทบาทสมมติ การฝึกปฏิบัติ การใช้กรณีศึกษา ในการพัฒนาภาวะผู้นำ 6 องค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมแรงบันดาลใจ การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น การมีศีลธรรมในการประกอบการ ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อสังคม และการเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ รวมถึงการพัฒนาแรงจูงใจภายใน เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดการเรียนรู้ เห็นความสำคัญและรู้วิธีการที่จะสร้างแรงจูงใจภายในในการทำงานของตนเอง โดยการสร้างแรงจูงใจจากความต้องการสิ่งท้าทาย ความสนใจและความเพลิดเพลิน ความสนุก ความเป็นตัวของตัวเอง ความต้องการพัฒนาความ

สามารถของตนเอง และความมุ่งมั่นในการทำงาน รวมถึงการให้ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์และความสำคัญของธรรมาภิบาลที่แตกต่างจากข้อมูลเดิม และเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมีความสนใจโดยผ่านบุคคลอื่น ข่าวสาร สื่อมวลชนหรือจากการสร้างประสบการณ์ตรง เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับและมีทัศนคติที่ดีต่อธรรมาภิบาลมากขึ้น ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญ เห็นประโยชน์ของธรรมาภิบาลทั้งต่อตนเองและผู้อื่นรวมถึงที่สังคมส่วนรวมจะได้รับจากการที่องค์กรมีธรรมาภิบาล

2. ผลการวิจัยที่สำคัญพบว่า ภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน ทัศนคติต่อธรรมาภิบาลและธรรมาภิบาลส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จในการประกอบธุรกิจได้ถึงร้อยละ 68 ดังนั้นนอกจากการส่งเสริมและพัฒนาภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน และทัศนคติต่อธรรมาภิบาลแล้ว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรณรงค์ส่งเสริม สนับสนุน ประชาสัมพันธ์ สร้าง

จิตสำนึกและค่านิยมในการประกอบธุรกิจอย่างมีคุณธรรม และจัดกิจกรรมต่างๆ รวมถึงฝึกอบรมและพัฒนาให้ SMEs มีธรรมาภิบาลสูงยิ่งขึ้น เช่น มีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาและเป็นพี่เลี้ยงด้านการพัฒนาธรรมาภิบาลให้กับ SMEs จัดกิจกรรมให้ผู้ประกอบการ SMEs มีประสบการณ์ในการฝึกปฏิบัติงานตามแนวทางธรรมาภิบาล มีการสร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ มีการศึกษาปัญหาอุปสรรคต่างๆ และช่วยหาแนวทางแก้ไขปัญหาในการเสริมสร้างธรรมาภิบาลของ SMEs พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักว่า หากองค์กรมีการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลสูงก็จะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงขึ้นตามไปด้วย และจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งของประเทศและของโลก

เอกสารอ้างอิง

กมลกานต์ เทพรานนท์. (2548). *ความสัมพันธ์*

ระหว่างภาวะผู้นำแรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จในการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กาญจนา ไชยวงศ์. (2547). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการ*

ปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลของสถานประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2547). *ทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ชลลดา เทพอำนาจสกุล. (2544). *ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรภายในองค์กรต่อแนวคิดบรรษัทภิบาล.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหา

- บัณฑิต (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญ รัตน์พิสิฐ. (2551). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์การของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไชยวัฒน์ คำชู และคณะ. (2545). *ธรรมาภิบาล : คำนำสำนักพิมพ์*. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ฟ้าฝน จำกัด.
- ชเนตร นรภูมิพิทักษ์. (2550). *ย้าจัด SMEs ควรมีธรรมาภิบาล เพื่อสร้างสรรค์สังคมไทยให้เข้มแข็ง* สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2551 จาก <http://www.ryt9.com/news/2007-03-09/11104000/>.
- บุษบง ชัยเจริญวัฒน์ และบุญมี ลี. (2546). *รายงานการวิจัย ตัวชี้วัดธรรมาภิบาล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ปราณี เกียรติสุระยานนท์. (2549). *มาสร้างธรรมาภิบาลในวิสาหกิจ กันเถอะ*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2551 จาก <http://www.sme.go.th>.
- ปรีดิยาทร เทวกุล มนู เลียวไพโรจน์ โฆษิต ปันเปี่ยม รัชฎ์ และคณะ. (2545). *ธรรมาภิบาลกับความสำเร็จของ SMEs*. กรุงเทพฯ: บริษัทเมย์ฟลาวเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด.
- ภารดี อนันต์นารี. (2548). *การวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยภาวะผู้นำและบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานเขตพื้นที่* การศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัย ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ขงยุทธ์ อินทชาติ. (เมษายน, 2548). *ความรับผิดชอบ ธรรมาภิบาลและการพัฒนาที่ยั่งยืน*. วิชาการปริทัศน์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2549ก). *โครงการ การศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*. รายงานผลการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (พ.ค.-ส.ค., 2549). *ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการไทย*. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 32, 1-12.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2551ก). *ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ: ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างคุณลักษณะทางจิตวิทยา การทำงานเป็นทีม และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2551ข). *มนุษยสัมพันธ์: พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, อารี พันธุ์มณี และคณะ. (2541). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2549). *ธรรมาภิบาล (Good Governance)*. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2551 จาก <http://www.ismed.or.th>.

- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
(2551). *มอบรางวัลธุรกิจขนาดย่อมดีเด่นด้าน
ธรรมาภิบาลแห่งปี 2551*. สืบค้นเมื่อ 7
มกราคม 2551 จาก <http://www.ismed.or.th>.
- สถิตย์ นิยมญาติ และคณะ. (2546). *รายงานศึกษาวิจัย
ฉบับสมบูรณ์ โครงการ “คุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ประสบ
ความสำเร็จ”*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สมชาย หัตถ์สุวรรณ. (2547). *บุคลิกภาพ ภาวะผู้นำ
และทัศนคติต่อการทำงานกับผลการ
ปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง : ศึกษา
เฉพาะกรณีพนักงานธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. (จิตวิทยา
อุตสาหกรรม). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สมบูรณ์ ศิริประชัย. (2550). *ธรรมาภิบาลภายใต้กระแสโลกา
ภิวัตน์. มติชนรายวัน. ฉบับวันที่ 10 ตุลาคม หน้า 6.*
- สังเวียน อินทวิชัย. (2548). *การกำกับดูแลกิจการ:
ทำไมและเพียงไร. การกำกับดูแลกิจการที่ดี.
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.*
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2546). *จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและ
การประยุกต์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด.*
- สุธรรม อัสวศักดิ์สกุล. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่าง
แรงจูงใจ ภาวะผู้นำ บรรยากาศองค์การ และผล
การปฏิบัติงานของผู้จัดการ. วิทยานิพนธ์วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- สุภาวดี ชุนทองจันทร์. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่าง
คุณลักษณะบรรษัทภิบาลกับศักยภาพในการ
แข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
(2549). *โครงการธรรมาภิบาลวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2550*
จาก [http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/
layout?p_1_id=22.227](http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/
layout?p_1_id=22.227).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
(2550). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ปี 2549 และแนวโน้มปี 2550.*
กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม.
- หทัยกาญจน์ จันทะเสน. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพล
ต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม ประเภทการผลิต ในเขตกรุงเทพ
มหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- อรพินทร์ ชูชม อัจฉรา สุขารมณ์ และวิลาศลักษณ์
ชวัลลี. (2542). *รายงานการวิจัยฉบับที่ 70
การพัฒนาแบบวัดแรงจูงใจภายใน.
กรุงเทพมหานคร. สถาบันวิจัยพฤติกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

- อรพินทร์ ชูชม อัจฉรา สุขารมณ. (พฤษภาคม, 2544). การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแรงจูงใจภายใน : ปัจจัยที่สัมพันธ์กับแรงจูงใจภายใน. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 7(1), 137 – 162.
- Bolman E. P. (2001). An Exploratory Investigation of the Relationship of Sales Force Compensation and Intrinsic Motivation. *Industrial Marketing Management*, 30, 403–413.
- Kinicki, A. and Kreitner, R. 2008. *Organizational Behavior*. 3rd ed. New York. McGraw- Hill.
- Yukl, G. 2006. *Leadership in Organizations*. 6th ed. United States of America. Pearson Prentice Hall.