

ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

THE RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC ADAPTABILITY AND SUCCESS OF TOURISM AND SPORTS BUSINESS ENTREPRENEUR IN SUPHANBURI PROVINCE

ศศิพิมพ์มาศ หงษ์สมบัติ¹⁾, ศิริวรรณ คำบัว²⁾, ประนอม พนาเศรษฐเนตร³⁾ และ วันทิตา จะบัง⁴⁾

¹⁾⁻⁴⁾คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี

Sasipimmas Hongsombud¹⁾, Siriwan Kambua²⁾, Pranom Panasethaned³⁾ and Wanthita Jabang⁴⁾

¹⁾⁻⁴⁾Faculty of Liberal Arts, National Sports University, Region Suphanburi Campus

*Corresponding author e-mail: sasipimmas@gmail.com

Receive : September 1, 2024

Revised: October 1, 2024

Accepted: November 19, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ 1) ด้านการเปิดกว้างของผู้ผู้นำ 2) ด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ 3) ด้านการเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว 4) ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง และ 5) ด้านการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 291 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลลัพธ์จากการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี ในทางกลับกัน การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการเปิดกว้างของผู้ผู้นำ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ด้านการเรียนรู้ และการปรับตัวต่อความล้มเหลว และด้านการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าไม่ส่งผลเชิงบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

คำสำคัญ: การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the relationship among strategic adaptability 1) being open of leaders, 2) embraced new technology, 3) learning and adapting to failures, 4) risk-taking culture fostering, and 5) responsiveness to customer change to success of tourism and sports entrepreneur in Suphanburi Province. Here, data were collected from 291 of tourism and sports entrepreneur in Suphanburi Province as the population of the study. Questionnaires were used in the data collection to investigate. The collected data were analyzed

by using descriptive statistics consisting of mean, standard deviation and testing the hypothesis using inferential statistics consisting of multivariate analysis and multiple regression analysis.

The result shows that the relationship between strategic adaptability of risk-taking culture fostering has a positive relationship with success of tourism and sports entrepreneur in Suphanburi Province. Surprisingly, Being open of leaders, embraced new technology, learning and adapting to failures and responsiveness to customer change are not positive relationship with success of tourism and sports entrepreneur in Suphanburi Province.

Keywords: Strategic Adaptability, Success of Tourism and Sports Business Entrepreneur

บทนำ

แนวโน้มสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบธุรกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น คู่ค้า ลูกค้า และคู่แข่ง เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น ปรากฏการณ์พลิกผันทางดิจิทัล (Digital Disruption) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในทุกอุตสาหกรรมจะต้องพบเจอ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จึงจะสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจได้นำมาสู่ประสิทธิภาพในการจัดการ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงสูงจะต้องเป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่นและมีการพัฒนาเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจคือต้องเป็นผู้ที่มีความตื่นตัว เฝ้าระวังตลาดในการที่จะบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากการประกอบธุรกิจในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็น Cloud, Big Data, Robotics, Machine Learning, AI และเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ (Suresh, et al., 2022) วิสัยทัศน์ของผู้บริหารหรือการ

เปิดกว้างของผู้นำ จึงกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Heracleous and Papachroni, 2016) ดังนั้นกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องมีความพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปจากในอดีตอย่างสิ้นเชิง ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับตัว เนื่องจากมีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด การเงิน การผลิต การบริการ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กร ซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบกับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานด้วยกันทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นได้สร้างแรงกดดันให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างมากในเรื่องของความสลับซับซ้อนที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อทำให้เกิดความสำเร็จและความคล่องตัวในการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุถึงเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความอยู่รอดต่อไปได้ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการปรับตัวแสดงถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อโอกาสและความเสี่ยงอย่างรวดเร็ว และนำไปสู่ข้อได้เปรียบทางธุรกิจได้ (Macmillan and Tampoe,

2000) ดังนั้น ความสามารถในการปรับตัวจึงเป็นความสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและลูกค้าความสามารถตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งการตอบสนองดังกล่าวจะอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต โดยมีหลักการพื้นฐานว่าคนคือผู้ที่ต้องปรับตัวไม่ใช่องค์กร และคนต้องได้รับการส่งเสริมให้สามารถรับความเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผล สร้างความสามารถใหม่ มีการทดลอง มีการปรับปรุงพฤติกรรม กล้าหาญ เรียนรู้จากความล้มเหลว และแบ่งปันประสบการณ์กับผู้อื่น นำมาสู่การลดความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กรของบริษัท ซึ่งหากการแก้ไขปรับปรุงดังกล่าวได้รับการพิสูจน์แล้วว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ก็จะเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ นอกจากนี้ Gordon and DiTomaso (1992) กล่าวว่า ความสามารถในการปรับตัวมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ องค์กรที่มีความสามารถในการปรับตัวสูงจะสามารถกำหนดคุณค่าภายในองค์กรที่ดีขึ้น นำไปสู่ความสามารถที่เหนือกว่าสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้บุคคลในองค์กรรับรู้และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับ Kotter and Heskett (1992) กล่าวว่า ความสามารถในการปรับตัวเป็นการผสมผสานระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมในองค์กรร่วมกับนวัตกรรมและการมุ่งเน้นการดำเนินงานซึ่งช่วยให้องค์กรปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดีเหนือคู่แข่งขึ้น นำไปสู่ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า ดังนั้น กลยุทธ์และความสามารถในการปรับตัวเป็นแนวคิดที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากกลยุทธ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จภายในสภาพแวดล้อมของตนเอง อีกทั้งยังเป็นการกำหนดทิศทางขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้มีตำแหน่งการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งภายในสภาพแวดล้อมนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือกลยุทธ์ ได้ถูกออกแบบเพื่อช่วยให้องค์กรปรับตัวให้เข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นความสามารถในการปรับตัว คือ ความสามารถของกิจการในการสร้าง

และดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่มีประสิทธิผลจากการทบทวนวรรณกรรม ความสามารถในการปรับตัวได้รับความสนใจทางวิชาการเพิ่มขึ้นทั้งในด้านปัจจัยการผลิตในกระบวนการดำเนินธุรกิจ Walker and Ruekert (1987) พบว่า บริษัทที่ไม่สามารถปรับตัวและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้จะล้มเหลว การศึกษาล่าสุดแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าสภาพแวดล้อมของตลาดที่ไม่ซับซ้อนและวุ่นวาย ความสามารถในการปรับตัวเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นที่สำคัญประการหนึ่ง สำหรับผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ดี (Oktemgil and Greenley, 1997) ในขณะที่นักวิชาการอีกหลายคน (เช่น Child, 1997) ยอมรับว่าความสามารถในการปรับตัวเป็นโครงสร้างของตลาด เทคโนโลยีและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ในขณะเดียวกันมีการวิจัยก่อนหน้านี้เพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับผลกระทบของมิติที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปรับตัวต่อประสิทธิภาพที่มั่นคง (Thomas and Ramaswamy, 1996) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสามารถในการปรับตัวและนวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกันและความสามารถในการปรับตัวจะมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพที่แตกต่างกันไป (Grant, 2008) อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นกิจการที่มีแนวโน้มเผชิญกับความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอก อาทิ การบริหารจัดการ ต้นทุน เทคโนโลยี นวัตกรรม การแข่งขัน และความผันผวนทางเศรษฐกิจ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดกว้างของผู้นำที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลวที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยงที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้ายที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 1,165 กิจการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2567)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัย

ได้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางเครชีและมอร์แกน (Kreicie Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 291 กิจการ

2. ขอบเขตตัวแปร

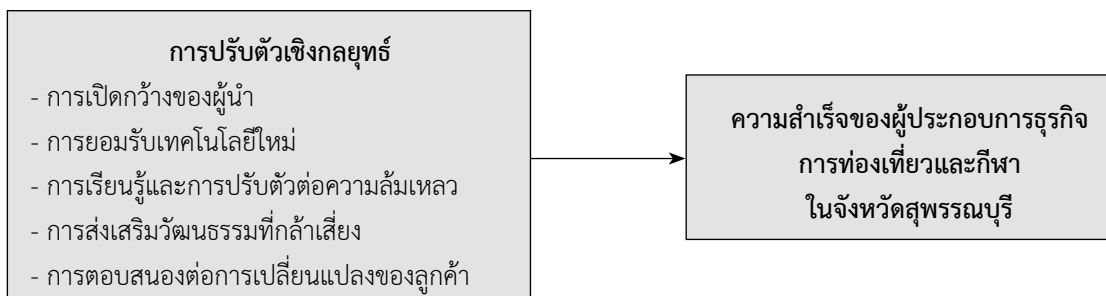
2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ คือ 1) การเปิดกว้างของผู้นำ 2) การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ 3) การเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว 4) การส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง และ 5) การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

โดยมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ H1) ด้านการเปิดกว้างของผู้นำ H2) ด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ H3) ด้านการเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว H4) ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง และ H5) ด้านการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับกรอบแนวคิดการวิจัย สามารถนำเสนอได้ดังภาพที่ 1 ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีเอกสารบทความตำรา รวมถึงการรวบรวมวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีการปรับตัวขององค์กร แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสู่การพิจารณาตัวแปรหลัก 5 ตัว ได้แก่ 1) การเปิดกว้างของผู้นำ 2) การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ 3) การเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว 4) การส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง และ 5) การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้ำ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. นำแบบสอบถามไปทดสอบใช้ (Try-out) กับธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ไม่ใช่ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการครอนบาค (Cronbach, 1974, 161) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยดูจากค่า Cronbach's alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.6 (Cohen and Cohen, 1983, 251) ในการศึกษาครั้งนี้ ค่า Cronbach's alpha การเปิดกว้างของผู้นำ เท่ากับ 0.85 การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เท่ากับ 0.90 การเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว เท่ากับ 0.93 การส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง เท่ากับ 0.87 การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้ำ เท่ากับ 0.94 และความสำเร็จของผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.88 นอกจากนี้ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) ผลจะดูที่ค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปรจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป (Gustavo Carlo and Branddy Randall, 2002, 35) ในการศึกษาครั้งนี้ค่า Factor loading การเปิดกว้างของผู้นำ เท่ากับ 0.77-0.83 การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เท่ากับ 0.78-0.87 การเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว เท่ากับ 0.84-0.93 การส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง เท่ากับ 0.74-0.87 การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้ำ เท่ากับ 0.78-0.96 และความสำเร็จของผู้ประกอบการ เท่ากับ 0.75-0.92 ดังนั้นค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีที่กำหนดไว้

2. การตรวจสอบการไม่มีความลำเอียง (Non-response Bias) ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามและกลุ่มที่ไม่ตอบแบบสอบถาม โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็นสองส่วนเท่ากัน ในครั้งนี้ได้แบ่งครั้งแรกเท่ากับ 145 ชุด เป็นตัวแทนของผู้ตอบแบบสอบถามก่อน และ 146 ชุด เป็นตัวแทนของผู้ตอบแบบสอบถามหลัง และใช้ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และทำการทดสอบ t-test และผลหรือค่าที่ได้จะต้องไม่มีนัยสำคัญ หมายถึงว่า ข้อมูลสองกลุ่มที่แยกเป็นตัวแทนของผู้ตอบกับผู้ไม่ตอบไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งในการศึกษานี้ผลลัพธ์จากการทดสอบข้อมูลสองกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน (Armstrong and Overton, 1977, 244)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมนำส่ง

2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 291 ชุด เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประสานกับตัวแทนหุ้นส่วนเจ้าของกิจการในแต่ละกิจการเพื่อขอความอนุเคราะห์รวบรวมแบบสอบถาม แล้วทำการจัดส่งคืน ทางไปรษณีย์มายังผู้วิจัยต่อไปและแบบสอบถามอีกบางส่วน คณะผู้วิจัยได้ไปรับกลับคืนด้วยตนเอง

3. เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 105 ฉบับ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการประสานงานทางโทรศัพท์กับตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตอบกลับ เพื่อขอความอนุเคราะห์

ตอบกลับ หลังจากนั้นได้รับแบบสอบถามตอบกลับ มาเพิ่มอีก จำนวน 186 ฉบับ รวมแบบสอบถามตอบกลับ จำนวนทั้งสิ้น 291 ฉบับ

4. เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้วนำมา ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งปรากฏว่า เป็นแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบ จำนวน 291 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 24.98 (Aaker, et al., 2001) ของจำนวนกลุ่มประชากร รวมระยะเวลา ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 90 วัน

5. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ ข้อมูลและแปรผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จาก แบบสอบถาม มาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS โดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์ แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อทดสอบว่า ตัวแปรแต่ละตัวควรจะมีสหสัมพันธ์กันมากแต่ไม่ควร

จะมากเกินไปจนเป็นตัวแปรเดียวกันหรือเรียกว่า เกิดปัญหา Multicollinearity และการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อต้องการทราบว่าตัวแปรพยากรณ์หรือเรียกอีก ชื่อหนึ่งว่าตัวแปรต้น (Independent Variable) มีอิทธิพลหรือมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรผล หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าตัวแปรตาม (Dependent Variable) อย่างไร เพื่อนำมาใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลง หรือพยากรณ์ตัวแปรผล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.17-0.92 นอกจากนี้ การทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 1.66-5.67 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Nunnally and Bernstein, 1994) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร	OL	NT	LF	RC	CC	SS	VIF
$\bar{X}$	4.345	4.305	4.355	4.154	4.382	4.003	
S.D.	0.500	0.528	0.587	0.551	0.636	0.750	
OL	1	0.718**	0.789**	0.709**	0.748**	0.176**	1.665
NT		1	0.823**	0.801**	0.768**	0.173**	2.845
LF			1	0.771**	0.924**	0.227**	5.679
RC				1	0.781**	0.265**	2.066
CC					1	0.196**	4.687
SS						1	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี (SS) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{สมการพยากรณ์ SS} &= b_0 + OLb_1 + NTb_2 + \\ &\quad LFb_3 + RCb_4 + CCb_5 \\ \text{SS} &= -0.080 + 0.004OL + \\ &\quad -0.190NT + 0.369LF + \\ &\quad 0.390RC + -0.130CC\end{aligned}$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี (SS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 4.227$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (AdjR^2) เท่ากับ 0.068 เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระการปรับตัวเชิงกลยุทธ์แต่ละด้านกับตัวแปรตามความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี (SS) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยความสัมพันธ์ของมิติแต่ละด้านของความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ทั้ง 5 ด้านและความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี

การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ (Strategic Adaptability)	ความสำเร็จของผู้ประกอบการ		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.080	0.068	-1.178	0.240
การเปิดกว้างของผู้นำ (OL)	0.004	0.120	.031	0.975
การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ (NT)	-0.190	0.147	-1.289	0.199
การเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว (LF)	0.369	0.212	1.741	0.083
การส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง (RC)	0.390	0.136	2.866	0.005**
การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า (CC)	-0.130	0.192	-0.680	0.497

$$F = 4.227^{**} \quad p = 0.001 \quad \text{AdjR}^2 = 0.068$$

* $p < .05$, ** $p < .01$, a Beta coefficients with standard errors in parenthesis.

จากตารางที่ 2 พบว่า การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยง (RC) มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี (SS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($b_4 = 0.390$, $p < 0.01$) ดังนั้นจึงสนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 4 ในทางกลับกันการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ด้านการเปิดกว้างของผู้นำ (OL) ($b_1 = 0.004$, $p > 0.05$) ด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ (NT)

($b_2 = -0.190$, $p > 0.05$) ด้านการเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว (LF) ($b_3 = -0.369$, $p > 0.05$) และด้านการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า (CC) ($b_5 = -0.130$, $p > 0.05$) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี (SS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 1, 2, 3 และ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอย ความสัมพันธ์ของมิติแต่ละด้านของการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ทั้ง 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ การเปิดกว้างของผู้นำไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผู้บริหารอาจไม่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คนรอบข้าง และอาจไม่ได้มีการร่วมมือกันในการสร้างวิสัยทัศน์ในอนาคตร่วมกัน เพื่อนำมาสู่การเป็นที่ยอมรับ ซึ่งถึงแม้ว่าองค์กรจะให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร แต่การที่ผู้บริหารอาจยังไม่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ อาจเป็นอุปสรรคต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับศิริรักษ์ บุญพร้อมรักษา และคณะ (2564) กล่าวว่า ผู้นำยุคใหม่ควรปรับตัวโดยใช้ประสบการณ์ในอดีต การเปิดกว้าง การปรับปรุงด้านข้อมูลข่าวสารการคิดค้นสิ่งใหม่ อย่างมีเป้าหมาย การปลูกฝังกระบวนทัศน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยใช้หลักการกระจายอำนาจและควรนำเครื่องมือ PEST Analysis โดยศึกษาจากแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เพื่อนำมาเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบการบริหารให้ทันต่อเหตุการณ์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 1

2. การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ด้านการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า กิจการไม่ได้มี

แนวคิดในการหาวิธีการใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานและไม่ได้มีการนำไปใช้ในการปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ โรจลักษณ์ จักรไพวงศ์ และบรรพต วิรุณราช (2563) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางธุรกิจแปรรูปเกษตร ประกอบไปด้วย การถ่ายทอดวิธีการทำธุรกิจ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ การใช้ที่ปรึกษาด้านธุรกิจ ความสามารถในการจัดการภาวะวิกฤตซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรอาจไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน ทำให้ไม่สามารถขยายขอบเขตของธุรกิจให้กว้างขึ้น จึงนำมาสู่ความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่ลดลง ดังนั้นจึงไม่สนับสนุน ข้อสมมติฐานที่ 2

3. การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการเรียนรู้และการปรับตัวต่อความล้มเหลว ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า กิจการอาจไม่ได้มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ และไม่มีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ รัตนทรงธรรม และบงกช ตั้งจิระศิลป์ (2563) พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการชาวลำพูน ในจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะในการจัดการและฝึกอบรมของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการวางแผน และควบคุมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ในทำนองเดียวกันกับ ดลฤดี พลมิตร และสมจิตร ล้วนจำเริญ (2566) กล่าวว่า การพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ ความรู้ความเข้าใจในหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การขอเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มีวิสัยทัศน์กว้างไกล การนำประสบการณ์ที่ผ่านมาประยุกต์ให้สร้างสรรค์ หาวิธีการใหม่ และวางแผนกลยุทธ์ด้านความคิดสร้างสรรค์นำมาสู่ความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กิจการอาจไม่ได้มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในทางที่ดี และไม่มีความพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนเพื่อให้

สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และไม่ได้มีการนำปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานมาทบทวนเพื่อพัฒนากิจการ ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 3

4. การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากกิจการได้มีการวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบาย การบริหารความเสี่ยงโดยสามารถประเมิน ติดตามและดูแลความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมสอดคล้องกับ อโนมา ภาคสุทธิ และคณะ (2563) กล่าวว่า ลักษณะของความคิด ความเชื่อในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการเผชิญความเสี่ยงเป็นความสามารถของผู้ประกอบการในการประเมินความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนอย่างชาญฉลาด ศึกษาหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาแล้วมีความคุ้มค่าที่จะเสี่ยง โดยยอมรับที่จะแลกทรัพยากรขององค์กรกับโอกาสที่จะทำให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่พึงปรารถนา ในทำนองเดียวกับ Dess et al., (2005, 426) กล่าวว่า การเผชิญความเสี่ยงเป็นความพยายามในการฉกฉวยโอกาสที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าความพยายามนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่อย่างไรซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จล้วนแล้วแต่เป็นผู้ ที่ต้องรับมือกับความเสี่ยงต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ดำเนินต่อไปได้ ดังนั้นจึงยอมรับข้อสมมติฐานที่ 4

5. การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ด้านการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ากิจการไม่ได้ให้ความสำคัญกับความเต็มใจที่จะให้บริการกับลูกค้า และไม่มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาโดยไวให้แก่ลูกค้าซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณฐพล เหล่าโรจน์ทวีกุล และคณะ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การนำความเห็นของลูกค้ามาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแก้ไข วางแผน

และพัฒนาองค์กร จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจการอาจไม่ได้ให้ความสนใจในการให้บริการแก่ลูกค้า ไม่มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ และกิจการอาจไม่ได้มีการตอบสนองต่อคำติเตียนอย่างรวดเร็วไม่มีความเข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร และกิจการอาจไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเข้าใจและรวดเร็ว ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนข้อสมมติฐานที่ 5

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรีควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต เปิดใจรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้อื่น เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้และเกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

2. ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรีควรให้ความสำคัญในเรื่อง นวัตกรรมและเทคโนโลยี โลจิสติกส์ โมเดลธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการสร้างสรรคและนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า

3. มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสุพรรณบุรี สามารถนำข้อมูลผลการวิจัยไปใช้ประกอบการเรียนการสอน ในรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเป็นการต่อยอดงานวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการเปรียบเทียบหรือพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2. ควรมีการปรับวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสอบถามเชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2567). **คลังข้อมูลธุรกิจ**. ค้นเมื่อ มิถุนายน 22, 2567, จาก <http://www.dbd.go.th>.
- ณัฐพล เหล่าโรจน์ทวีกุล, ณัฏฐา เกื้อนฤชัย, และทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2562). กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจสำนักพิมพ์ขนาดเล็ก. **วารสารวิชาการเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ**, 10 (3), 21-32.
- ดลฤดี พลมิตร และสมจิตร ส่วนจำเริญ. (2566). ความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการแข่งขันยุคใหม่ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. **วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 10 (1), 271-284.
- โรจลักษณ์ จักรไพวงศ์ และบรรพต วิรุณราช. (2563). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางธุรกิจแปรรูปการเกษตรไทย ในยุคไทยแลนด์ 4.0. **วารสารวิชาการนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**, 7 (1), 118-127.
- วรพรรณ รัตนทรงธรรม และ บงกช ตั้งจิระศิลป์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ขนาดเล็ก: กรณีศึกษา ผู้ประกอบการชาวลำพูนในจังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม**, 2 (2), 59-76.
- ศิริรักษ์ บุญพร้อมรักษา, คมสันต์ อีระพีช และวิชุดา จันท์เวโรจน์. (2564). บทบาทของผู้นำยุคใหม่ที่มีผลต่อการจัดการองค์การบนฐานวิถีชีวิตใหม่. **วารสารวิชาการจัดการปริทัศน์**, 23 (2), 257-266.
- อโนมา ภาคสุทธิ, ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และ ประสารมาลากุล ณ อยุธยา. (2564). การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. **วารสารจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต**, 11 (2), 75-85.
- Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S. (2001). **Marketing Research (7th ed.)**. New York: John Wiley & Sons.
- Armstrong, J. S. & Overton Terry S. (1977). Estimating Non-response Bias in Mail Surveys. **Journal of Marketing Research**, 14, 396-402.
- Child, J. (1997). Strategic Choice in the Analysis of Action, Structure, Organizations and Environment: Retrospect and Prospect. **Organization Studies**, 18 (1), 43-76.
- Cohen, J., and Cohen, P. (1983). **Applied Multiple Regression Correlation Analysis for the Behavioral Sciences (2nd ed.)**. Hillsdale NJ: Erlbaum.
- Grant, R.M. (2008). The Future of Management: Where is Gray Hamel Leading Us?. **Long Range Planning**, 41, 469-482.
- Kotter, J.P. and Heskett, J.L. (1992). **Corporate Culture and Performance**. Free Press, New York.
- Cronbach, Lee Joseph. (1974). **Essentials of Psychological Testing 3rd Ed**. New York: Harper and Row.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T., and Taylor, M.L. (2005). **Strategic Management: Creating Competitive Advantage (2nd ed.)** New York: McGraw-Hill.
- Gordon, G.G. and DiTomaso, N. (1992). Predicting Corporate Performance from Organizational Culture. **Journal of Management Studies**, 29 (6), 783-798.

- Gustavo Carlo and Branddy Randall. (2002). The Development of a Measure of Prosocial Behaviors for Late Adolescents. **Journal of Youth and Adolescence**, 31 (1), 31-44.
- Heracleous, L., and Papachroni, A. (2016). **Leadership and Innovation at Apple Inc: Entering the Post Jobs era (2nd ed.)**. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30 (3), 607-608.
- Macmillan, H. and Tampoe, M. (2000). **Strategic Management**. Oxford University Press, Oxford.
- Nunnally, J.C., and Bernstein.I. H. (1994). **Psychometric Theory (3thed.)** New York: MC Graw-Hill.
- Oktemgil M, and Greenley G. (1997). Consequences of High and Low Adaptive Capability in UK Companies. **European Journal of Marketing**, 31 (7), 445-466.
- Suresh, S., Ramachandran, M., and Sivaji, C. (2022). Exploring the Recent Trends in Big Data Analysis. **Data Analytics and Artificial Intelligence**, 2 (2), .89-96.
- Thomas, A.S., and Ramaswamy, K. (1996). Matching Managers to Strategy: Further Tests of the Miles and Snow Typology. **British Journal of Management**, 7 (3), 247-261.
- Walker, O.C. and Ruekert, R.W. (1987). Marketing's Role in the Implementation of Business Strategies: a Critical Review and Conceptual Framework. **Journal of Marketing**, 51 (3), 15-33.